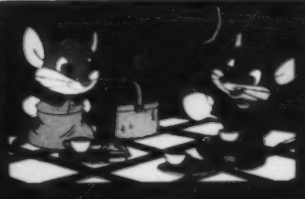
Annual Report

2000-01



Telefilm Canada

Canada

103-02329/

Annual Report

2000-01

Telefilm Canada

Canada

Telefilm Canada Offices

OFFICES IN CANADA

Montréal*
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

Halifax
1684 Barrington Street
3rd Floor
Halifax, Nova Scotia
B3J 2A2
Phone: (902) 426-8425
Fax: (902) 426-4445

Toronto
2 Bloor Street West
22nd Floor
Toronto, Ontario
M4W 3E2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

Vancouver
310 – 440 Cambie Street
Vancouver, British Columbia
V6B 2N5
Phone: (604) 666-1566
Fax: (604) 666-7754

* Head office and Quebec Operations office

EUROPEAN OFFICE

Paris
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Phone: (33-1) 44.18.35.30
Fax: (33-1) 47.05.72.76

This annual report is published by the Communications and Public Affairs division of Telefilm Canada with the participation of the Policy, Planning and Research division.

Additional copies may be obtained by writing to the following address:

Telefilm Canada
Communications and Public Affairs
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9

Legal Deposit
Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Graphic design
Agence Code communications

Printing
Integria Inc.

Table of Contents

Telefilm Canada: A Cultural Investor in Film, Television and New Media 7

Message from the Chair 9

Now a Word from Our Board 13

Governance 14

Message from the Executive Director 15

Telefilm at Work
Highlights of the Past Five Years 18

2000-01 Financial Results 20

2000-01 Commitments 21

From Coast to Coast 22

HIGHLIGHTS

An Historic Year – New Canadian Feature Film Policy 28

Production and Development 30

Recognition for the Canadian Industry 32

Training and Professional Development 33

International Relations 34

At the Heart of the Creative Process 38

TELEVISION

Canadian Television Fund – Equity Investment Program 42

FEATURE FILM

Feature Film Fund 56

Feature Film Distribution Fund 62

New Canada Feature Film Fund 63

NEW MEDIA

Multimedia Fund 66

FINANCIAL STATEMENTS 72

Board Members

as at March 31, 2001

Laurier L. LaPierre, O.C.*
Chairman
Ottawa, Ontario

Jeanine C. Beaubien, O.C.
Vice-Chair
Montréal, Quebec

Bluma Appel
Member
Toronto, Ontario

Ronald S. Bremner
Member
Calgary, Alberta

Louise Pelletier
Member
Montréal, Quebec

Elvira Sánchez de Malicki
Chair
Audit and Finance Committee
Etobicoke, Ontario

Sandra Macdonald
Member ex officio
Government Film Commissioner
Montréal, Quebec

* Mr. LaPierre left the Board on June 13, 2001.

Senior Management

as at March 31, 2001

François Macerola
Executive Director

Danny Chalifour
Director – Finance and Administration

Danielle Dansereau
Director – Communications and Public Affairs

Guy DeRepentigny
Director – Policy, Planning and Research

Peter Katadotis
Director – Canadian Operations

Stella Riggi
Director – Human Resources

Johanne St-Arnauld
Director – International Relations

John P. Pelletier
General Counsel and
Corporate Secretary

Letter to the Minister

Montréal, June 29, 2001

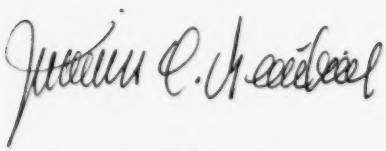
The Honourable Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage
Ottawa, Canada

Dear Madam:

In accordance with the provisions of Section 23 of the *Canadian Film Development Corporation Act*, 1967, I have the honour to present to you, on behalf of the Board members, the 33rd Annual Report of the Canadian Film Development Corporation (now called Telefilm Canada) as well as the financial statements for the year ended March 31, 2001.

Yours very truly,

The Chair,



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Management

as at June 29, 2001

François Macerola
Executive Director

CANADIAN OPERATIONS

Peter Katadotis
Director – Canadian Operations

Atlantic Region Office

Ralph Holt
Director – Operations
Atlantic Region

Ontario Office

Karen Franklin
Director – Operations
Ontario

John Fulton
Director – Business Unit –
Feature Film and Multimedia

John Galway
Director – Business Unit
– Television

Quebec Office

Joëlle Levie
Director – Operations
Quebec

Pierre Even
Director – Business Unit
– Feature Film

Michel Pradier
Manager – Business Unit
– Television

Western Region Office

Elizabeth Friesen
Director – Operations
Western Region

John Dippong
Director – Business Unit
– Feature Film

Lauren Davis
Director – Business Unit
– Television

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

Danielle Dansereau
Director – Communications
and Public Affairs

FINANCE AND ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Director – Finance and
Administration

Marina Darveau
Controller

Carolle Brabant
Director – Systems,
Technologies and
Contract Management

GENERAL COUNSEL AND CORPORATE SECRETARY

John P. Pelletier
General Counsel and
Corporate Secretary

HUMAN RESOURCES

Stella Riggi
Director – Human Resources

INTERNATIONAL RELATIONS

Johanne St-Arnauld
Director – International Relations

Sheila de La Varende
Director – European Office

POLICY, PLANNING AND RESEARCH

Guy DeRepentigny
Director – Policy,
Planning and Research

TELEFILM CANADA AT A GLANCE

As an investor in works with substantial Canadian content made for television, movie theatres and the new media, Telefilm Canada responds to the cultural aspirations of Canadians.

The Corporation provides financial support and strategic leverage to the industry for the production of high-quality works – feature films, television drama, documentaries, children's programs, variety shows and new media products – that reflect Canadian society, with its linguistic duality and cultural diversity. In 2000-01, Telefilm Canada funded the development or production of nearly 800 projects.

The Corporation also encourages the widest possible audiences for Canadian titles in Canada and elsewhere through support for distribution, export, versioning and marketing activities, and industry promotion at national and international festivals, markets and other events.

Telefilm assistance is furnished mainly in the form of investments but also as advances, loans, loan guarantees, lines of credit and grants. The recouped amounts are reinvested in the industry.

Telefilm Canada administers Canada's coproduction agreements with 57 countries and provides cultural development expertise at home and abroad.

The Corporation reports to the Department of Canadian Heritage. It maintains five offices, including four in Canada – Montréal, Toronto, Vancouver and Halifax – and a European office in Paris.

In 2000-01, Telefilm Canada's contribution to the film, television and new media industry amounted to $179.4 million.

MILESTONES IN TELEFILM CANADA'S HISTORY

1967
The government of Canada allocates $10 million to the new Canadian Film Development Corporation (CFDC), created for the purpose of supporting the feature film industry. This amount fast proves insufficient.

1968
The Corporation opens offices in Montréal and Toronto.

The 70s: Stable, permanent funding at last

1971
The government of Canada allocates an additional $10 million for the Corporation, bringing the public contribution to $20 million.

1976
The government raises the CFDC budget by $5 million and decides to fund the Corporation by means of an annual parliamentary appropriation.

The 80s: The boom years

1983
Creation of the Canadian Broadcast Program Development Fund aimed at revitalizing Canadian television. At the time, 85% of all programs aired in primetime by Canadian broadcasters were imported from other countries.

1984
The CFDC is renamed Telefilm Canada to better reflect the full range of its activities in film and television.

Offices are opened in Vancouver and Halifax. Telefilm Canada also takes charge of the Paris office and the Festivals Bureau previously administered by the Department of Communications. The same year, the Corporation assumes additional responsibilities for project development and domestic and foreign marketing.

1986
Creation of the Feature Film Fund aimed at supporting works by Canadian filmmakers. This fund is to play a decisive role in the growth of Canadian cinema.

1988
Creation of the Feature Film Distribution Fund, which makes credit lines available to Canadian distributors to ensure the widest possible distribution of Canadian films in the various markets.

The 90s: Diversification and growth of national and international partnerships

1996
Creation of the Canada Television and Cable Production Fund (later renamed Canadian Television Fund), an innovative public-private partnership between the government of Canada and the cable industry; its budget is approximately $215 million. Telefilm Canada administers this fund's Equity Investment Program.

1998
Creation of the Multimedia Fund, with a $30-million allocation for a five-year period. This fund is designed to support creativity in the digital era and enable the Canadian industry to achieve strong positioning in the new technology arena.

On the rise since 1995, the number of international coproductions increases substantially, with overall budgets up from $250 million to more than half a billion.

The New Millennium: A long-range perspective

2000
Launch of the new Canadian Feature Film Policy entitled *From Script to Screen*. The new Canada Feature Film Fund is a key element of this policy. The CFFF begins operations on April 1, 2001, with an annual budget of $100 million, double the resources previously available for feature films.

2001-02
Launch of a five-year business plan that will guide Telefilm Canada's regional, national and international investments and initiatives from fiscal 2001-02 through 2005-06.

For further information: www.telefilm.gc.ca

Message from the Chair

Jeanne C. Beaubien, O.C.

What looked like a cultural miracle occurred at the 2001 Cannes International Film Festival: the coveted Golden Camera award for a first feature went to Inuit filmmaker Zacharias Kunuk for *Atanarjuat* (*The Fast Runner*), a film inspired by an Inuit legend, shot in the Canadian Arctic community of Igloolik, with non-professional Inuit actors.

But the miracle is not that the international award went to a production in Inuktitut from one of the farthest reaches of the planet. The true marvel is that this remarkable film was born of a passion, the passion to tell stories and create images, and of an imperative need to bear witness by recreating an ancestral legend, preciously handed down from generation to generation. Working from the oral tradition of his people, Zacharias Kunuk has fashioned an eminently modern product – a feature film!

He and his team stand as pioneers. They have shown that a film created with total sincerity and simplicity, far from the financing, production and distribution centres, can prove to be a masterpiece, receive the highest accolades and be seen around the globe.

The example of *Atanarjuat* is all the more interesting in that, in a way, it illustrates the heroic history of Canadian cinema. With few means and a limited domestic market – but boundless determination, talent and ambition – Canadian films have gradually gained worldwide recognition for their unique qualities. Every filmmaker, in his or her own way, opens new doors. As do the artists and artisans of Canadian television, and now those of the new media.

Zacharias Kunuk's feature film career is just beginning: his next production will relate the first encounters between the Inuit and the missionaries. A passionate story, one of Canada's many. Some have been told and are enshrined in our cultural heritage, while others, equally fascinating, remain to be discovered. We must ensure that these untold tales are brought to life, in every region, in English, in French, in Aboriginal languages, and perhaps even in other tongues spoken in Canada. For they will attest to the cultural and linguistic diversity that, at last, we have fully embraced.

Vital Government Support

The Canadian government supports Canada's cultural development with great vigour and conviction. And as evidenced by *Atanarjuat* and the 30 or so other international awards garnered each year, its investments pay off.

With respect to feature films, fiscal 2000-01 constitutes a landmark year. Last October, in announcing the new Canadian Feature Film Policy and the creation of the Canada Feature Film Fund with its annual $100-million budget, Canadian Heritage Minister Sheila Copps delivered a clear message: cinema is more than ever a priority, and its resources must be commensurate with its ambitions. Creating the Fund was a major operation requiring the joint efforts of the Department of Canadian Heritage, Telefilm Canada and the film industry in all regions, whose contribution made during our numerous consultations proved to be very important.

The watchword today is public-private partnerships. Our partnership with the Canadian Television Fund remains highly productive, and just as we have worked with the Multimedia Fund Advisory Committee, we will pursue common goals with the Canada Feature Film Fund's permanent Advisory Group appointed by the Minister of Canadian Heritage. This ongoing dialogue with key representatives of the private sector ensures that we never lose sight of the industry's concrete needs.

1 = 16

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

An Outstanding Crop

In terms of creativity and fostering audiences for Canadian products, fiscal 2000-01 was exemplary in many ways:

- record number of development and production projects
- record number of productions in the regions, from St. John's, Newfoundland, to Victoria, British Columbia
- numerous hits on television and at the box office
- record-high Canadian participation in international markets
- prominent Canadian presence in major international festivals including Cannes, Berlin, Rotterdam, Annecy and Sundance

Thanks to highly talented writers and directors, Canadian productions continue to illustrate the multiple facets of human experience.

Among this year's many titles for television are dramas *Fortier*, *2 Frères*, *Cold Squad*, *Da Vinci's Inquest*, *Blue Murder*, *Lucky Girl*, *The Sheldon Kennedy Story*, *Made in Canada*; children's programs *Screech Owls*, *Sciences Point Com*, *Incredible Story Studio*, *Eckhart*, *Ollie's Under-the-Bed-Adventures*; documentaries *Jailhouse Romance*, *My Left Breast*, *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler*, *Quiet Places*, *The Disciples*, *Les 30 journées qui ont fait le Québec*, *Une Révolution tranquille – une histoire populaire du Québec* and *T'lina. The Rendering of Wealth*; and variety shows such as *Un air de famille* and *Adventures in Comedy*.

The feature film harvest includes *Maelström* by Denis Villeneuve, *waydowntown* by Gary Burns, *The Law of Enclosures* by John Greyson, *Lost and Delirious* by Léa Pool, *Love Come Down* by Clement Virgo, *Hey, Happy!* by Noam Gonick and *La Femme qui boit* by Bernard Émond, all of which earned international praise. France paid well-deserved tribute to David Cronenberg, with a retrospective and exhibition at the Canadian Cultural Centre and Espace Cardin in Paris, a special issue of *Cahiers du cinéma* and more. At home in Canada, we applauded the success of *Hochelaga*, *Les Boys II*, *15 février 1839*, *New Waterford Girl* and *Parsley Days*.

In the new media arena, *The Toy Castle Website*, *Cyber Film School*, *Buddy Brush and the Painted Circus*, *Encyclopedia of British Columbia*, *La Nouvelle-France – Sur la route des explorateurs* and the *Izzigo* website (based on the *Tales for All* collection) provide striking examples of Canadian genius in new creation technologies.

A Long-Range Business Plan

In 2001-02, Telefilm's budget will be close to $225 million. The Corporation will be more active and more present than ever in all areas of the industry, supporting projects from development through to international promotion and distribution. Our action will be guided by our new long-range business plan, which spans the period from 2001 to 2006.

This plan reflects widespread consensus among the members of the Board and the Telefilm team. It reaffirms and details Telefilm Canada's fundamental mission: to invest in the production of top-quality national content that fulfils the cultural aspirations of all Canadians. Through its support for the film, television and new media industries, Telefilm Canada will encourage and foster increasingly diverse voices and means of expression that reach increasingly large audiences, at home and abroad.

Faced with an environment of constant change, Telefilm Canada will also upgrade its governance practices, infrastructure and management tools; bank on the skills and professional expertise of its team; intensify efforts to develop valuable, lasting international relations; and encourage improved corporate synergy and greater consistency in its institutional communications.

The Business Plan is structured around four key objectives:

- Support high quality original Canadian productions
- Increase the audiences and/or users of Canadian productions in Canada and internationally
- Support and encourage Canada's cultural diversity, linguistic duality, and many voices as they are reflected in a range of genres, formats, companies and regions
- Be a progressive and responsive organization using leading edge business practices.

Committee on Linguistic and Cultural Diversity

Telefilm Canada intends to better reflect Canada's evolving demography and cultural mosaic. The Corporation has formed a committee mandated to revise its program policies and procedures in order to encourage multicultural and ethnic production and distribution, and production and distribution in a language other than English and French. This committee reports to the chair of the Board. The person responsible for concretely achieving its objective will be appointed in 2001-02.

The committee has tabled an action plan and will work with the Department of Canadian Heritage and the Canadian Television Fund (CTF) to facilitate and encourage access to existing resources for Canadian ethnic and minority groups. Telefilm will organize a roundtable on linguistic and cultural diversity in fall 2001. The Corporation would like to see greater openness to linguistic and cultural diversity in the Memoranda of Understanding and agreements governing its various funds, as is the case for the Canada Feature Film Fund. Telefilm and the CTF will study the possible introduction of envelopes and bonuses that would foster enhanced representation of ethnic groups on television and in movie theatres. Telefilm will consult with the ethnic communities to inform them about the Corporation's mandate and programs, and to evaluate their training needs; provisions have already been made for a professional development budget.

In addition, the Corporation will act to ensure that its own team more fully reflects Canadian society as a whole.

An Active Role for Telefilm Canada's Board Members

The Board restated its role in greater detail this year in an official Declaration of Stewardship based on Treasury Board and Department of Finance guidelines published in *Corporate Governance in Crown Corporations and Other Public Enterprises*. Among other things, the Board ensures that Telefilm Canada fully assumes its role with respect to the development of the industry and the cultural interests of the Canadian public.

The Board has created several working committees, including an audit and finance committee that works with management to promote business practices that ensure the transparency and accountability of the Corporation's activities; a committee on cultural diversity, which has tabled an action plan for 2001-02; and a committee on corporate governance, responsible for making sure that Telefilm's operating methods meet the industry's current and future needs.

When meeting in different cities around the country, the Board makes it a point of honour to talk with industry representatives in order to better grasp their concerns and priorities, be they in television, feature films or the new media. Over the past year, in Halifax, Vancouver, Toronto and Montréal, these people have urged us to maintain a variety of funding methods at Telefilm and to encourage pluralism in an environment of industry consolidation, while taking corporate maturity and performance into account. The national consultation on feature films, conducted in November and December 2000, confirmed these concerns.

We have been pleased to observe that Telefilm, as a government agency, is perceived to act as an important catalyst for Canadian talent and to provide essential leverage for Canadian content. The people we met with voiced favour for one-stop service for the industry, and Telefilm is seen to be the instrument of choice for achieving this objective.

Telefilm Canada will continue to be an active, effective force in film, television and the new media, favouring an open approach in partnership with the country's other funding agencies, the private sector and our foreign partners. We will be focusing on convergence and media integration, which will require the capacity to adapt and great flexibility in administering our funds. In this area, we will be particularly attentive to changes in the national and international markets. The industry's international development is on our agenda as never before.

An Outstanding Crop

In terms of creativity and fostering audiences for Canadian products, fiscal 2000-01 was exemplary in many ways:

- record number of development and production projects
- record number of productions in the regions, from St. John's, Newfoundland, to Victoria, British Columbia
- numerous hits on television and at the box office
- record high Canadian participation in international markets
- prominent Canadian presence in major international festivals including Cannes, Berlin, Rotterdam, Annecy and Sundance

Thanks to highly talented writers and directors, Canadian productions continue to illustrate the multiple facets of human experience.

Among this year's many titles for television are dramas *Fortier*, *2 Frères*, *Cold Squad*, *Da Vinci's Inquest*, *Blue Murder*, *Lucky Girl*, *The Sheldon Kennedy Story*, *Made in Canada*; children's programs *Screech Owls*, *Sciences Point Com*, *Incredible Story Studio*, *Eckhart*, *Ollie's Under-the-Bed-Adventures*; documentaries *Jailhouse Romance*, *My Left Breast*, *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler*, *Quiet Places*, *The Disciples*, *Les 30 journées qui ont fait le Québec*, *Une Révolution tranquille – une histoire populaire du Québec* and *Tlina: The Rendering of Wealth*; and variety shows such as *Un air de famille* and *Adventures in Comedy*.

The feature film harvest includes *Maelström* by Denis Villeneuve, *waydowntown* by Gary Burns, *The Law of Enclosures* by John Greyson, *Lost and Delirious* by Léa Pool, *Love Come Down* by Clement Virgo, *Hey, Happy!* by Noam Gonick and *La Femme qui boit* by Bernard Emond, all of which earned international praise. France paid well-deserved tribute to David Cronenberg, with a retrospective and exhibition at the Canadian Cultural Centre and Espace Cardin in Paris, a special issue of *Cahiers du cinéma* and more. At home in Canada, we applauded the success of *Hochelaga*, *Les Boys II*, *15 février 1839*, *New Waterford Girl* and *Parsley Days*.

In the new media arena, *The Toy Castle Website*, *Cyber Film School*, *Buddy Brush and the Painted Circus*, *Encyclopedia of British Columbia*, *La Nouvelle-France – Sur la route des explorateurs* and the *Izzigo* website (based on the *Tales for All* collection) provide striking examples of Canadian genius in new creation technologies.

A Long-Range Business Plan

In 2001-02, Telefilm's budget will be close to $225 million. The Corporation will be more active and more present than ever in all areas of the industry, supporting projects from development through to international promotion and distribution. Our action will be guided by our new long-range business plan, which spans the period from 2001 to 2006.

This plan reflects widespread consensus among the members of the Board and the Telefilm team. It reaffirms and details Telefilm Canada's fundamental mission: to invest in the production of top-quality national content that fulfils the cultural aspirations of all Canadians. Through its support for the film, television and new media industries, Telefilm Canada will encourage and foster increasingly diverse voices and means of expression that reach increasingly large audiences, at home and abroad.

Faced with an environment of constant change, Telefilm Canada will also upgrade its governance practices, infrastructure and management tools; bank on the skills and professional expertise of its team; intensify efforts to develop valuable, lasting international relations; and encourage improved corporate synergy and greater consistency in its institutional communications.

The Business Plan is structured around four key objectives:

- Support high quality original Canadian productions
- Increase the audiences and/or users of Canadian productions in Canada and internationally
- Support and encourage Canada's cultural diversity, linguistic duality, and many voices as they are reflected in a range of genres, formats, companies and regions
- Be a progressive and responsive organization using leading edge business practices.

Committee on Linguistic and Cultural Diversity

Telefilm Canada intends to better reflect Canada's evolving demography and cultural mosaic. The Corporation has formed a committee mandated to revise its program policies and procedures in order to encourage multicultural and ethnic production and distribution, and production and distribution in a language other than English and French. This committee reports to the chair of the Board. The person responsible for concretely achieving its objective will be appointed in 2001-02.

The committee has tabled an action plan and will work with the Department of Canadian Heritage and the Canadian Television Fund (CTF) to facilitate and encourage access to existing resources for Canadian ethnic and minority groups. Telefilm will organize a roundtable on linguistic and cultural diversity in fall 2001. The Corporation would like to see greater openness to linguistic and cultural diversity in the Memoranda of Understanding and agreements governing its various funds, as is the case for the Canada Feature Film Fund. Telefilm and the CTF will study the possible introduction of envelopes and bonuses that would foster enhanced representation of ethnic groups on television and in movie theatres. Telefilm will consult with the ethnic communities to inform them about the Corporation's mandate and programs, and to evaluate their training needs; provisions have already been made for a professional development budget.

In addition, the Corporation will act to ensure that its own team more fully reflects Canadian society as a whole.

An Active Role for Telefilm Canada's Board Members

The Board restated its role in greater detail this year in an official Declaration of Stewardship based on Treasury Board and Department of Finance guidelines published in *Corporate Governance in Crown Corporations and Other Public Enterprises*. Among other things, the Board ensures that Telefilm Canada fully assumes its role with respect to the development of the industry and the cultural interests of the Canadian public.

The Board has created several working committees, including an audit and finance committee that works with management to promote business practices that ensure the transparency and accountability of the Corporation's activities; a committee on cultural diversity, which has tabled an action plan for 2001-02; and a committee on corporate governance, responsible for making sure that Telefilm's operating methods meet the industry's current and future needs.

When meeting in different cities around the country, the Board makes it a point of honour to talk with industry representatives in order to better grasp their concerns and priorities, be they in television, feature films or the new media. Over the past year, in Halifax, Vancouver, Toronto and Montréal, these people have urged us to maintain a variety of funding methods at Telefilm and to encourage pluralism in an environment of industry consolidation, while taking corporate maturity and performance into account. The national consultation on feature films, conducted in November and December 2000, confirmed these concerns.

We have been pleased to observe that Telefilm, as a government agency, is perceived to act as an important catalyst for Canadian talent and to provide essential leverage for Canadian content. The people we met with voiced favour for one-stop service for the industry, and Telefilm is seen to be the instrument of choice for achieving this objective.

Telefilm Canada will continue to be an active, effective force in film, television and the new media, favouring an open approach in partnership with the country's other funding agencies, the private sector and our foreign partners. We will be focusing on convergence and media integration, which will require the capacity to adapt and great flexibility in administering our funds. In this area, we will be particularly attentive to changes in the national and international markets. The industry's international development is on our agenda as never before.

A Thousand Thanks!

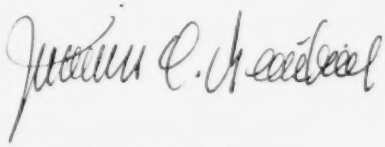
We were very sorry to learn that Laurier L. LaPierre, O.C., would be stepping down on June 14, 2001, after nearly three years at the helm of our Board. Mr. LaPierre demonstrated constant leadership and commitment, and we know he will play an important role as a senator.

Sandra Macdonald, who as Government Film Commissioner sat as an ex officio member, has left the Telefilm Board. Her expertise in feature films, television and new technologies has been greatly appreciated. We are pleased to welcome the new Government Film Commissioner, Jacques Bensimon, a seasoned professional who will no doubt make an important contribution to carrying out the Board's responsibilities and our business plan.

On behalf of the Board, I want to thank François Macerola, who is leaving the office of Executive Director of Telefilm after a six-year term. A man of passion and vision, he has brought new momentum to the organization. During his term, the Corporation has seen a considerable increase in its responsibilities and budget, as well as the implementation of new partnerships involving the government, Telefilm and the private sector, among them the Canadian Television Fund. François Macerola has embarked the Corporation on the new technology highway and was a fervent activist in securing the new support framework for feature films. As well, his focus on international relations has helped the Canadian industry to new heights in coproductions and exports. Open to change, ever ready to improve service to the industry, particularly to SMBs, François Macerola leaves behind a proud cultural heritage.

Our thanks are due as well to Peter Katadotis, who is leaving after having met a formidable challenge as Director of Canadian Operations for 13 years. His team has made a significant contribution to the growth and success of public-sector investments in all regions of the country. Peter Katadotis's professionalism, his profound commitment to the industry, his listening ability and his determination to meet regional needs while maintaining an overall view of the Corporation's mandate have been valuable assets for Telefilm, throughout the most difficult and the best of times.

In closing, I lift my hat to the artists and artisans of Canada's cinema, television and new media. Your talent and your energies are a source of pride for all Canadians.



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Thank you, Senator LaPierre!

An eminent historian and accomplished communicator, Laurier L. LaPierre, O.C., was appointed to the Board of Telefilm Canada in 1997. He was elected Chair of the Board in 1998 and served with distinction until his appointment to the Canadian Senate in June 2001.

Mr. LaPierre's culture and knowledge of broadcasting were invaluable assets for Telefilm Canada at a time when the Corporation was experiencing unprecedented growth and defining its objectives and strategies for the twenty-first century.

An ardent champion of Canadian culture, Laurier L. LaPierre encouraged meetings between the Board and the industry from coast to coast. His profound admiration for people in film, television and the new media, both behind and in front of the cameras, made him a true inspiration for us all.

A Thousand Thanks!

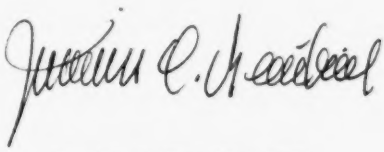
We were very sorry to learn that Laurier L. LaPierre, O.C., would be stepping down on June 13, 2001, after nearly three years at the helm of our Board. Mr. LaPierre demonstrated constant leadership and commitment, and we know he will play an important role as a senator.

Sandra Macdonald, who as Government Film Commissioner sat as an ex officio member, has left the Telefilm Board. Her expertise in feature films, television and new technologies has been greatly appreciated. We are pleased to welcome the new Government Film Commissioner, Jacques Bensimon, a seasoned professional who will no doubt make an important contribution to carrying out the Board's responsibilities and our business plan.

On behalf of the Board, I want to thank François Macerola, who is leaving the office of Executive Director of Telefilm after a six-year term. A man of passion and vision, he has brought new momentum to the organization. During his term, the Corporation has seen a considerable increase in its responsibilities and budget, as well as the implementation of new partnerships involving the government, Telefilm and the private sector, among them the Canadian Television Fund. François Macerola has embarked the Corporation on the new technology highway and was a fervent activist in securing the new support framework for feature films. As well, his focus on international relations has helped the Canadian industry to new heights in coproductions and exports. Open to change, ever ready to improve service to the industry, particularly to SMBs, François Macerola leaves behind a proud cultural heritage.

Our thanks are due as well to Peter Katadotis, who is leaving after having met a formidable challenge as Director of Canadian Operations for 13 years. His team has made a significant contribution to the growth and success of public-sector investments in all regions of the country. Peter Katadotis's professionalism, his profound commitment to the industry, his listening ability and his determination to meet regional needs while maintaining an overall view of the Corporation's mandate have been valuable assets for Telefilm, throughout the most difficult and the best of times.

In closing, I lift my hat to the artists and artisans of Canada's cinema, television and new media. Your talent and your energies are a source of pride for all Canadians.



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Thank you, Senator LaPierre!

An eminent historian and accomplished communicator, Laurier L. LaPierre, O.C., was appointed to the Board of Telefilm Canada in 1997. He was elected Chair of the Board in 1998 and served with distinction until his appointment to the Canadian Senate in June 2001.

Mr. LaPierre's culture and knowledge of broadcasting were invaluable assets for Telefilm Canada at a time when the Corporation was experiencing unprecedented growth and defining its objectives and strategies for the twenty-first century.

An ardent champion of Canadian culture, Laurier L. LaPierre encouraged meetings between the Board and the industry from coast to coast. His profound admiration for people in film, television and the new media, both behind and in front of the cameras, made him a true inspiration for us all.

Bluma Appel
(Toronto)
"It is a privilege to be part of the Telefilm Canada Board, whose members form a highly committed team with strong and creative leadership. Telefilm is playing a major role in supporting and developing Canadian talent. Its success in these efforts has resulted in recognition and respect for the Corporation that continues to grow. The challenge we face is great – and the demands even greater. This is truly an exciting time for Telefilm."

Ronald S. Bremner
(Calgary)
"Telefilm Canada and its Board members are meeting a formidable challenge: we have to be able to combine world-class creation with strong financial accountability. This year we have enhanced the tools needed to develop, produce, market and distribute Canadian feature films. And when Canada's unique stories take their rightful place on screens of all sorts at home and abroad, we will have reached our goal."

Louise Pelletier
(Montréal)
"It is important that Telefilm Canada be attentive to the industry, and that the Corporation's policies reflect respect for and ensure the development of all areas of activity. This, of course, includes the work of the creators who lay the foundations for every production. The questions of accountability and transparency must also remain on our agenda. The consultations on the implementation of the Canada Feature Film Fund proved vital in that regard. This fund should contribute to the vitality of the film industry in the same way the Canadian Television Fund has played a determining role in creation for television and in drawing larger audiences."

Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)
"I am very pleased to have been able to contribute this year by chairing the Audit and Finance and the Linguistic and Cultural Diversity committees. We have made great strides. Our cultural diversity objective is an integral part of the five-year business plan. Next year I intend to look more closely at new media. Being a member of Telefilm Canada's Board is invigorating. The Corporation fosters the emergence of new talent and contributes to the growth of the country's economy."

Sandra Macdonald
(Montréal)
"As Government Film Commissioner, I bring to the Board of Telefilm Canada some experience in the development and implementation of film and television policy, and in the challenges of managing a federal cultural agency. One of my preoccupations is ensuring that the various financing partners in Canadian production are as consistent with one another as possible, so that the focus can be on creation, rather than on the deal."

Governance

On June 21, 2000 the Board of Telefilm Canada adopted a Declaration of Stewardship. This Declaration sets out the Board members' primary role as corporate stewards, and their commitment to the establishment and operation of a corporate governance structure for Telefilm Canada. Central to this exercise is Board and Management working together in close coordination and in an atmosphere of openness and trust. This is especially so with respect to defining their respective roles, responsibilities and accountabilities, and to the processes for establishing Telefilm Canada's strategic direction and corporate plan. Implementation is proceeding on a step-by-step basis, with most elements of the Declaration expected to be in place in a few months.

The goal of the Declaration framework is to institute structures that will enhance the Board's effectiveness. These include secretariat and budget information and advice support, agenda planning and meeting arrangements, and also to discuss matters.

The Declaration sets out 10 statements of Responsibility, which draw heavily on guidelines issued by the Department of Finance and the Treasury Board (June 1996) in *Corporate Governance in Crown Corporations and Other Public Enterprises*. In summary, they provide for:

1. Stewardship

The Board is responsible for Telefilm Canada's stewardship. Accordingly, in due consultation and collaboration with management, it will do those things necessary to approve Telefilm Canada's strategic direction and corporate plan, and to ensure appropriate risk management, appropriate management and appropriate management practices and information systems.

2. Public Policy Objectives

The Board is responsible for periodically examining Telefilm Canada's public policy objectives to ensure their continuing relevance.

3. Communications and Consultation

The Board is responsible for ensuring that Telefilm Canada communicates and consults appropriately and effectively with the Minister of Canadian Heritage, other stakeholders and the public.

4. The Board and Management

The Board is responsible for the management of Telefilm Canada, and of its business and affairs, to ensure that it effectively fulfils the performance of its objectives and mandate. Some duties will be performed directly by the Board itself. Some will be performed by the CEO and Management, and themselves (that is, Telefilm Canada's senior management as a whole, headed by, and primarily reporting through, the CEO) are accountable to the Board.

5. The Board and its Committees and Other Processes

The Board is responsible for putting in place the processes appropriate for performing its own particular duties.

6. Accountability of Management

Members of Management, in particular the CEO as head of Management, are responsible to and accountable to the Board for the performance of the duties assigned to them.

7. Board Renewal

The Board is responsible for assessing its own effectiveness, and for managing its renewal.

8. Education of Members

The Board is responsible for ensuring that individual members receive orientation and education programs appropriate to their needs.

9. Compensation

The Board is responsible for providing the Crown with advice on adequacy and form of compensation.

10. Corporate Governance

The Board is responsible for the corporate governance of Telefilm Canada.

The Board will oversee the direction and management of Telefilm through good governance practices, continue with the implementation of the Declaration of Stewardship, and report annually on the Declaration in general and on corporate governance in particular.

Governance

On June 21, 2000, the Board of Telefilm Canada adopted a Declaration of Stewardship. This Declaration sets out the Board members' primary role as corporate stewards, and their commitment to the establishment and operation of a corporate governance structure for Telefilm Canada. Central to this exercise is Board and Management working together in close coordination and in an atmosphere of openness and trust. This is especially so with respect to defining their respective roles, responsibilities and accountabilities, and to the processes for establishing Telefilm Canada's strategic direction and corporate plan. Implementation is proceeding on a step-by-step basis, with most elements of the Declaration expected to be in place in a few months.

The goal of the Declaration's framework is to institute structures that will enhance the Board's effectiveness. These include secretariat and budget, information and advice supports, agenda planning and meeting arrangements, and aids to decision-making.

The Declaration sets out 10 Statements of Responsibility, which draw heavily on guidelines issued by the Department of Finance and the Treasury Board (June 1996) in *Corporate Governance in Crown Corporations and Other Public Enterprises*. In summary, they provide for:

1. Stewardship

The Board is responsible for Telefilm Canada's stewardship. Accordingly, in due consultation and collaboration with management, it will do those things necessary to approve Telefilm Canada's strategic direction and corporate plan, and to ensure appropriate risk management, appropriate management and appropriate management practices and information systems.

2. Public Policy Objectives

The Board is responsible for periodically examining Telefilm Canada's public policy objectives to ensure their continuing relevance.

3. Communications and Consultation

The Board is responsible for ensuring that Telefilm Canada communicates and consults appropriately and effectively with the Minister of Canadian Heritage, other stakeholders and the public.

4. The Board and Management

The Board is responsible for the management of Telefilm Canada, and of its business and affairs, to ensure that it effectively fulfils the performance of its objectives and mandate. Some duties will be performed directly by the Board itself. Some will be performed by the CEO and Management, who themselves (that is, Telefilm Canada's senior management as a whole, headed by, and primarily reporting through, the CEO) are accountable to the Board.

5. The Board and its Committees and Other Processes

The Board is responsible for putting in place the processes appropriate for performing its own particular duties.

6. Accountability of Management

Members of Management, in particular the CEO as head of Management, are responsible to and accountable to the Board for the performance of the duties delegated to them.

7. Board Renewal

The Board is responsible for assessing its own effectiveness, and for initiating its renewal.

8. Education of Members

The Board is responsible for ensuring that individual members receive orientation and education programs appropriate to their needs.

9. Compensation

The Board is responsible for providing the Crown with advice on adequacy and form of compensation.

10. Corporate Governance

The Board is responsible for the corporate governance of Telefilm Canada.

The Board will oversee the direction and management of Telefilm through good governance practices; continue with the implementation of the Declaration of Stewardship; and report annually on the Declaration in general and on corporate governance in particular.

Message from the Executive Director

After six years at the helm of Telefilm Canada, I feel I am leaving a sound, modern agency, well rooted in its community, strengthened by numerous regional, national and international partnerships and, indeed, equipped with increasingly effective financial, strategic and promotional tools.

Better still, I believe that Telefilm Canada's current strength lies in its permanent capacity to listen, evolve and adapt to the ever-changing needs of the film, television and multimedia industry. The Corporation's business plan for the next five years, which required a formidable amount of work within the organization, deals with all of the external (environment) and internal (means and instruments) factors that will demand the attention and the commitment of future managers.

For the challenges will be numerous and will emerge on different fronts: the need to produce high-quality Canadian content, expressing the diversity of Canadian realities and experiences; the need to support the growth of an industry almost entirely composed of SMBs in an environment of large company consolidation and market globalization, where competition will be fiercer than ever; the need to solidify effective, lasting regional, national and international partnerships; and, lastly, the need to influence the shaping of policies and structures that favour the development of Canadian cultural content.

Telefilm Canada has evolved considerably in recent years, and today we can speak of true partnership with the private sector. Industry consultation, which used to be ad hoc and sectoral, has become permanent and virtually structural.

The new partnerships are interesting in that they fully recognize the Corporation's spheres of authority and expertise, its unique contribution to the Canadian audiovisual community and its role as a conveyor of key public policy priorities. They also recognize that Telefilm Canada's mandate goes beyond the various interest groups, and that the Corporation is responsible for ensuring an economic and financial equilibrium that encourages the development of the entire industry.

The partnership process began in earnest in 1996 with the creation of the Canadian Television Fund (CTF) – a joint initiative of the government of Canada and the Canadian cable industry – whose Equity Investment Program Telefilm administers. The CTF Board of Directors represents all sectors of the industry. Telefilm sits on the board, where its film and television expertise is well valued.

Public-private partnership next extended to the new media, with the creation of the Multimedia Fund in 1998. Telefilm works with the Fund's advisory committee to ensure that the new media industry benefits from the best financial and promotional instruments, both in Canada and abroad.

As for the creation of the Canada Feature Film Fund (CFFF), this was done in full collegiality through wide-reaching, nationwide consultation followed by sectoral consultations with the principal industry associations. The consultation process, which involved the Department of Canadian Heritage for the first time, served to clearly explain the objectives of the Canadian Feature Film Policy and to reduce the areas of conflict and the gap between industry expectations and what could actually be provided based on the Fund's objectives and new resources.

The new policy is notable for its clarity and scope. It integrates all areas of industry activity, from screenwriting to export. The objectives are clear and their achievement will be measurable. A highly enriching dialogue involving the permanent CFFF Advisory Group, Telefilm Canada and the Department will ensure the Fund's harmonious and constructive evolution.

Convergence = Synergy

As can be seen, advisory groups are multiplying, each with its own sphere of responsibility and expertise. How can one not dream of seeing all this knowledge pooled? In a perspective of convergence and integration, why not envisage the creation of a Superior Media Council encompassing all cultural sector advisory committees? Such a body would constitute a requisite point of reference. It could be mandated to create a new synergy among all stakeholders, and it would stand as a substantial national cultural force in this era of globalization.

Canada's Might on the International Front

The coming years will no doubt see an increase in Canadian federal and provincial partnerships as regards international relations and market participation. We must rationalize our collective market participation and provide the industry with better integrated, more efficient services. Team Canada business experts stationed in eight European countries shared the Telefilm Canada umbrella stand at MILIA 2001. And at the Cannes International Film Festival, Telefilm shared its office with five federal and provincial agencies. The result: enhanced representation of the various industries from all regions of the country and more profitable sharing of expertise. The success of these partnerships encourages more of the same.

These last years, Telefilm Canada's international partnerships have continued to multiply through the signing of coproduction agreements with European Community (EC), Asian and African nations; through mixed commissions, technical commissions, and trade and exploratory missions; and through participation in international forums. There has been an increase in coproductions with several EC countries, including the United Kingdom, and with Asia, and the search for new cultural and financial partnerships will certainly remain on the agenda. As a consultant, Telefilm is widely recognized for its international relations expertise.

New Client Groups

The creation of the television, multimedia and feature film funds has been beneficial for the industry, since the Corporation's investment capacity will exceed $225 million in 2001-02. By the same token, Telefilm's expertise in cultural matters has grown considerably.

Telefilm's clientele was long composed of producers and distributors. The Canadian Television Fund gave us an opportunity to work more closely with the conventional, educational and specialty service broadcasters – the keepers of the ideal gateway for bringing Canadian cultural content into households across the country. Also through the CTF, we forged valuable links with the Aboriginal production industry, from Labrador to the Yukon. Next came the new media clientele – young and bursting with energy and creativity – whose approach to production is less hierarchical than in the other industries. This was followed in recent years by a rapprochement with communities in linguistic minority situations, which we support by means of investments but also through immersion and training programs. Last, but not least, there is the major national training school clientele, the professionals of tomorrow that Telefilm further encourages through various programs and awards presented at Canadian festivals.

With the new Canada Feature Film Fund, Telefilm now deals directly with two new creator client groups – screenwriters and directors of low budget independent feature films – which entails direct support for writers and peer juries. All told, these are sure signs that Telefilm evolves to adapt to its various and varied clienteles.

Working in collaboration with all links in the industry chain gives Telefilm Canada an overall view of the media sector, allowing it to maintain an enlightened balance among economic interests, which remain important, cultural interests, which require respect for intellectual property and the right to speak out and reach the public and, of course, the Canadian public's right to have access to an assortment of high-quality works that represent its interests, concerns and dreams.

Towards a Dialogue among Cultures, at Home and Abroad

Many feared the worst from corporate consolidation and vertical integration. My view remains positive, insofar as content remains the cornerstone of each new conglomerate. To reach and secure the loyalty of an increasingly solicited clientele, companies will have to bank on original, highly diversified content to which audiences respond. Content is what will distinguish one company from another. I am convinced that increasingly important amounts will be devoted to research and the creation of new concepts for television programs, feature films and new media products. All of which will encourage newcomers to the industry and the emergence of new-generation creators.

Although vigilance is still called for, another area of concern is gradually abating: market globalization, which many said would lead to the homogenization of national character and means of expression. The cultural exception concept, a protectionist notion, was soon replaced by a more inclusive concept, that of cultural diversity. This was followed by a worldwide awakening to the need to affirm the right of peoples to express and promote their culture and to ensure the uninhibited circulation of products of other cultures. And that is why the idea of creating an international cultural instrument is making progress. Our country has shown the way in this area, demonstrating leadership in the development of a new, concrete philosophy of sharing and cooperation.

Canada's Might on the International Front

The coming years will no doubt see an increase in Canadian federal and provincial partnerships as regards international relations and market participation. We must rationalize our collective market participation and provide the industry with better integrated, more efficient services. Team Canada business experts stationed in eight European countries shared the Telefilm Canada umbrella stand at MILIA 2001. And at the Cannes International Film Festival, Telefilm shared its office with five federal and provincial agencies. The result: enhanced representation of the various industries from all regions of the country and more profitable sharing of expertise. The success of these partnerships encourages more of the same.

These last years, Telefilm Canada's international partnerships have continued to multiply through the signing of coproduction agreements with European Community (EC), Asian and African nations; through mixed commissions, technical commissions, and trade and exploratory missions; and through participation in international forums. There has been an increase in coproductions with several EC countries, including the United Kingdom, and with Asia, and the search for new cultural and financial partnerships will certainly remain on the agenda. As a consultant, Telefilm is widely recognized for its international relations expertise.

New Client Groups

The creation of the television, multimedia and feature film funds has been beneficial for the industry, since the Corporation's investment capacity will exceed $225 million in 2001-02. By the same token, Telefilm's expertise in cultural matters has grown considerably.

Telefilm's clientele was long composed of producers and distributors. The Canadian Television Fund gave us an opportunity to work more closely with the conventional, educational and specialty service broadcasters – the keepers of the ideal gateway for bringing Canadian cultural content into households across the country. Also through the CTF, we forged valuable links with the Aboriginal production industry, from Labrador to the Yukon. Next came the new media clientele – young and bursting with energy and creativity – whose approach to production is less hierarchical than in the other industries. This was followed in recent years by a rapprochement with communities in linguistic minority situations, which we support by means of investments but also through immersion and training programs. Last, but not least, there is the major national training school clientele, the professionals of tomorrow that Telefilm further encourages through various programs and awards presented at Canadian festivals.

With the new Canada Feature Film Fund, Telefilm now deals directly with two new creator client groups – screenwriters and directors of low budget independent feature films – which entails direct support for writers and peer juries. All told, these are sure signs that Telefilm evolves to adapt to its various and varied clienteles.

Working in collaboration with all links in the industry chain gives Telefilm Canada an overall view of the media sector, allowing it to maintain an enlightened balance among economic interests, which remain important, cultural interests, which require respect for intellectual property and the right to speak out and reach the public and, of course, the Canadian public's right to have access to an assortment of high-quality works that represent its interests, concerns and dreams.

Towards a Dialogue among Cultures, at Home and Abroad

Many feared the worst from corporate consolidation and vertical integration. My view remains positive, insofar as content remains the cornerstone of each new conglomerate. To reach and secure the loyalty of an increasingly solicited clientele, companies will have to bank on original, highly diversified content to which audiences respond. Content is what will distinguish one company from another. I am convinced that increasingly important amounts will be devoted to research and the creation of new concepts for television programs, feature films and new media products. All of which will encourage newcomers to the industry and the emergence of new-generation creators.

Although vigilance is still called for, another area of concern is gradually abating: market globalization, which many said would lead to the homogenization of national character and means of expression. The cultural exception concept, a protectionist notion, was soon replaced by a more inclusive concept, that of cultural diversity. This was followed by a worldwide awakening to the need to affirm the right of peoples to express and promote their culture and to ensure the uninhibited circulation of products of other cultures. And that is why the idea of creating an international cultural instrument is making progress. Our country has shown the way in this area, demonstrating leadership in the development of a new, concrete philosophy of sharing and cooperation.

At the same time, Canada was one of the first countries to invest massively in its culture: the three funds created in the past five years represent an annual investment of more than $300 million in the media sector. Moreover, creation is not the only goal: training, professional development and product exports have also become priorities. Canada has now fully entered the era of new technology and intends to position itself as a country on the leading edge.

The Francophonie Summit, to be held in Lebanon in fall 2001, suggests a new avenue: a dialogue among cultures. "Living together but different," "living our differences together" – that is a new challenge that Canadians of all languages and all origins will want to meet.

Telefilm Canada will certainly be involved in any Canadian or international initiative concerning the new dialogue among cultures.

Telefilm Canada: Towards One-Stop Service

With its professionalism, expertise and multiple activities, the Corporation has become an essential public agency and one of the most important cultural voices of modern-day Canada. Its mandate – at once regional, national and international – and its sphere of action – represented by more than 15 different funds and programs – make it a prime candidate to become the one-stop service provider for Canadian cultural enterprises.

That is why I hope to see the government assign new responsibilities to Telefilm, including publishing and sound recording. Telefilm's capacity to take up new challenges has been demonstrated again and again.

Telefilm subscribes to continuous improvement in its processes and services to the industry, in all areas of activity. The Telefilm at Work section on the following page shows how this philosophy has translated into concrete action in recent years.

A Considerable Collective Effort

I want to thank the many people who have supported and encouraged me, who have made me take up the challenge of innovation and reflection during these very exciting years at Telefilm.

I thank the Department of Canadian Heritage, especially Minister Sheila Copps. By entrusting Telefilm with ever-growing resources and including us in the process of creating new funds, the Minister has enhanced Telefilm's credibility, at home and abroad and in government and business circles alike.

I also want to thank Telefilm Canada's Board, which, in keeping with its mandate, has overseen compliance with Telefilm's role, Memoranda of Understanding and agreements, and governing Acts and ensured that the Corporation met the standards for an accountable, transparent public agency. The Board played an active role in developing Telefilm's five-year business plan, in which we can all take great pride.

My thanks go as well to the Management Committee and the Telefilm team, colleagues who have always demonstrated outstanding devotion, professionalism and enthusiasm. Without you in Montréal, Toronto, Vancouver, Halifax and Paris, Telefilm would not be what it is today. A special salute to Peter Katadotis, whose enlightened management I have valued both at the National Film Board of Canada, where I first worked with him, and at Telefilm.

Lastly, I thank the industry. Thank you for having understood that Telefilm was there for you and that we had to join ideas and forces in a world where the logic of shortsighted commercial imperatives too often wins out. And thank you for all of the excellent projects that your tireless efforts bring to fruition.

In closing, please allow me to express the hope that Telefilm Canada will remain an organization focused on culture, an organization in which the notion of continuous learning and knowledge is important.

François Macerola

Telefilm at Work
Highlights of the Past Five Years

Canadian Operations

Peter Katadotis, Director

Four years ago, the Canadian Operations division was restructured to integrate all activities related to the writing, production, distribution and marketing of Canadian products, thus providing one-stop financial support for the industry. Each Canadian office is now more autonomous and prepares an annual business plan that reflects the Corporation's key objectives while responding to the specific needs of its clientele. The division has been active in developing the guidelines for and implementing new funds: the Canadian Television Fund, the Multimedia Fund and the Canada Feature Film Fund. Its support has enabled the industry to undertake a growing number of production and screenwriting projects, reaching a record high of 782 in 2000-01. Telefilm's four Canadian offices have contributed to a considerable upsurge in creative endeavour throughout the country, from St. John's, Newfoundland, to Victoria, British Columbia, and in Labrador, Nunavut and the Yukon. As well, they have funded production in linguistic minority situations, training, and industrial and professional development. Over the years, the division has significantly improved and diversified its support for SMBs, which represent the industry's future. It also works to achieve the cultural diversity objectives of the Corporation's business plan, both within the industry itself and in the conventional and new media.

Communications and Public Affairs

Danielle Dansereau, Director

More and more during the last five years, the division has helped to gain recognition for the industry at home and abroad. Consistent with the rising volume of funded projects, the number of production catalogues has doubled, providing extensive promotion for Canadian talent at festivals, markets and other venues. The team has contributed to making the Corporation's activities more transparent through the creation of a website that facilitates the circulation of information on decision-making, industry consultations and fund guidelines. The improved information process was also reflected in more news releases, action plans for international festivals and markets, bulletins and guides, including the guide on coproduction with Canada. The division organized film screenings for MPs and Canadian and foreign dignitaries in Ottawa – among them *The Red Violin*, *Dr. Lucille* and *Stardom* – and worked with the industry in organizing gala events and tributes to Canadian professionals. It supports some 30 Canadian festivals in all regions, which serve as excellent showcases for Canadian production. Over the years, the division has been decentralized, and all Canadian offices are now backed by communications specialists who facilitate industry relations and support the regional business plans. Four regional bulletins were created in fall 2000 and serve as valuable links to Telefilm's client groups around the country.

Finance and Administration

Danny Chalifour, Director

The past years have seen Telefilm's administrative practices move towards greater efficiency, transparency and accountability. The Corporation is in the process of upgrading its information and financial systems. The new, better integrated, more powerful systems will enable the Corporation to meet the requirements of the federal government's Financial Information Strategy, provide enhanced client service and more closely monitor investments, box-office receipts and investment recoupment. They will also pave the way for web-based transactional services. The Corporation has established an internal audit plan and put it into effect for all areas of activity. It has implemented activity-based accounting, developed performance measures, created documents serving to standardize its business practices nationwide and built an intranet, which has proven to be an extremely useful management and internal communication tool. It is a member of the System Council, along with the Canadian Television Fund, the Canadian Audio-Visual Certification Office and the Canada Customs and Revenue Agency, which aims to improve planning, coordination and sharing of information within the federal support system. On another note, administrative expenses have been reduced and for some years have stood at about 9% of the Corporation's resources. This is an outstanding performance, given the multitude of funds and programs that Telefilm administers, and the fact that it maintains five offices, including one in Paris. These sound results are in part attributable to the relocation of the Montréal, Vancouver and Halifax offices to less expensive premises.

General Counsel and Corporate Secretary

John Pelletier

These last years have been marked by increasingly close collaboration with the Board, the Executive Director and the Management Committee aimed at facilitating communications and relations between the Board and the other sectors of the Corporation. The primary objective of this effort has been the improvement of corporate governance. To provide a guiding framework for the Board's financial responsibilities, we have created new documents, such as the first mandate of the Audit and Finance Committee. The team has verified the legal foundations of all technological developments as they affect the Corporation, including the Internet and the federal Government On-Line program. In addition, the Board Members and Telefilm employees are now governed bya conflict of interest code. The Corporation's operations are subject to close to a dozen Acts, including the *Canadian Film Development Corporation Act*, the *Financial Administration Act*, the *Access to Information Act* and the *Privacy Act*, and its funds are administered according to memoranda of understanding and agreements signed with the Department of Canadian Heritage.

Human Resources
Stella Riggi, Director
Human resources are among Telefilm's most valuable assets. Accordingly, the Corporation has established a human resources action plan that is now integral to its five-year business plan. The continuous improvement of industry services is a central concern, and the division supports the pursuit of competency, objectivity and productivity in various ways. It manages the training program that encourages employees in all regions to develop their talents, skills and versatility with a view to the Corporation's current and long-term needs. It helps to ensure that Telefilm respects the linguistic duality requirements of its mandate: more than 40% of employees have had second-language training. And in the area of equity employment, it is leading a comprehensive effort to bring the Telefilm team closer to the diversity of Canadian society. The division is also taking steps in line with the Corporation's concern to preserve the corporate memory, and it is partnering with other federal agencies and departments to facilitate internships and professional exchanges in many different areas, including best practices in human resource development.

International Relations
Johanne St-Arnauld, Director
Created in 1996, Telefilm's International Relations division has seen its volume of activity rise sharply in terms of coproductions, festivals and markets. The demand for its international expertise has continued to grow, especially among small and medium-size businesses from across the country. In recent years, Telefilm has set its sights on greater synergy in international operations. It has grouped together all international market- and festival-related activities, increased international support for the new media and expanded its market participation (currently ten markets, compared to four in 1996-97), while at the same time stepping up strategic international support through its European office in Paris. It also created the Asia-Pacific Initiative, which has helped to develop valuable business relations with that vast market, particularly in China. In addition, promising ties have been forged with the Spanish-speaking market. The division has administered a growing number of coproduction agreements, and the coproduction sector has soared, rising to $800 million in 2000 (calendar year), compared to $250 million five years ago. Last year, in conjunction with the Department of Canadian Heritage and industry associations, Telefilm revised the coproduction guidelines to bring them in line with the evolving marketplace reality. The division also produced several strategic information documents on international markets, for use by the Canadian industry.

Policy, Planning and Research
Guy DeRepentigny, Director
This division ensures Telefilm's voice in all matters concerning government support for the industry and its presence at the forefront of a rapidly changing environment. Since the advent of new technologies, in particular, this environment requires increasingly attentive monitoring, a wide range of in-depth research and constant collaboration with the Corporation's other divisions, government partners and client groups in all regions. The team has taken part in the consultations and the implementation of guidelines for the new funds assigned to the Corporation, from the Canadian Television Fund to the Canada Feature Film Fund. One of its key mandates, in conjunction with all Telefilm sectors and the Board, was to develop the recent five-year business plan reflecting Telefilm's vision. The introduction of accountability and assessment frameworks for the Corporation's funds and programs was also on the agenda, attesting to the development of closer, more productive relations with our government partners. Throughout the period, the division compiled statistics on the Corporation's commitments, coordinated numerous research projects – among others on cultural diversity, official languages, multiculturalism and the evolution of theatrical revenue and television ratings for Canadian products – and helped to improve the sharing of Canadian expertise in cultural, cultural policy and economic matters.

2000-01 Financial Results

This annual report deals with commitments made by Telefilm Canada in 2000-01 through contracts signed between the Corporation and Canadian private-sector companies. For the most part, these contracts concern Telefilm's support for screenwriting, production, distribution, marketing, promotion, development and training activities, including the attendant administrative expenses.

These commitments amounted to $179.4 million, compared to $160.7 million the previous year. This increase is related chiefly to the new resources for feature films granted as part of Telefilm Canada's parliamentary appropriation.

It should be noted that, depending on project production schedules, the disbursements associated with Telefilm commitments may be spread over more than one fiscal year. Accordingly, $39.7 million of the $179.4 million committed during 2000-01 will be paid out during the next fiscal year.

Administrative Expenses

Administrative expenses amounted to 9.1% of the year's commitments, compared to 9.3% last year. This result is particularly good in light of the implementation of the new Canada Feature Film Fund, the installation of new information and financial systems and an increase in the Corporation's contribution to the employee pension plan.

It bears noting that this year Telefilm reaped the full benefit of the rental savings resulting from the relocation of its head office in November 1999. The move allows the Corporation to economize $700,000 annually for the duration of the current lease.

TELEFILM'S FUNDING SOURCES

Federal Government Contributions

Telefilm Canada's budget is funded in large part by the federal government, through:

- a parliamentary appropriation of $92.8 million, which includes the new resources granted in 2000-01 within the framework of the new Canada Feature Film Fund
- contributions from the Department of Canadian Heritage totalling $57.4 million, including $49.8 million for the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund, $5 million for the Multimedia Fund and $2.6 million for national training schools

Receipts from the Corporation's Financial Participation

The receipts from Telefilm's financial participation amounted to more than $23 million this year. These receipts are wholly reinvested in the industry – chiefly in production but also in related activities – which permits Telefilm to make an even greater contribution to the vitality of the film, television and new media industry.

Telefilm's investments serve as strategic leverage for Canadian producers, since each of its dollars generates three investment dollars from other financing sources. It would thus be fair to say that Telefilm's receipts contribute significantly to Canadian productivity.

N.B.

The tables appearing herein refer to commitments made by Telefilm Canada in fiscal 2000-01 through contracts signed by the Corporation.

Figures are rounded to facilitate consultation; however, the totals correspond to the full amounts.

2000-01 Commitments

	Commitments for New Projects (in millions of dollars)	Commitments from Previous Years* (in millions of dollars)	Total (in millions of dollars)
CTF – Equity Investment Program			
Production	95.6	-0.3	95.3
Development	3.9	0.1	4.0
Total	**99.5**	**-0.2**	**99.3**
Feature Film Fund			
Production	23.7	0.0	23.7
Development	1.8	0.8	2.6
Total	**25.6**	**0.7**	**26.3**
Canada Feature Film Fund			
Screenwriting Assistance Program	0.7	0.0	0.7
Low Budget Independent Feature Film Assistance Program	1.9	0.0	1.9
Total	**2.6**	**0.0**	**2.6**
Feature Film Distribution Fund	**12.9**	**-0.1**	**12.8**
Multimedia Fund	**5.2**	**0.0**	**5.1**
Production Revenue Sharing Program	**1.2**	**0.2**	**1.4**
Official Coproductions (mini-treaties)	**1.5**	**0.0**	**1.5**
Versioning Assistance Fund	**1.8**	**0.0**	**1.8**
Other Financing Assistance			
Regular Fund	1.5	0.0	1.6
National Marketing	0.9	0.0	0.8
International Marketing	0.7	0.0	0.7
Participation in Markets	1.0	0.0	1.0
Participation in Foreign Festivals	0.5	0.0	0.5
Grants to Canadian Festivals	1.7	0.5	2.2
Industrial and Professional Development	1.9	0.4	2.3
National Training Program in the Film and Video Sector	0.7	1.6	2.4
Other forms of assistance	0.8	0.0	0.8
Total	**9.6**	**2.6**	**12.2**
Administrative Expenses**	**0.0**	**0.0**	**16.4**
Total	**159.8**	**3.2**	**179.4**

* Includes amendments to commitments from previous years.
** Excludes expenses related to the Canadian Television Fund's Board of Directors.

Note: Results of additions do not always correspond to totals due to rounding.

ATLANTIC REGION

Ralph Holt,
Director – Operations

Fiscal 2000-01 has been an extremely successful year in Atlantic Canada, with all genres prominently represented among the region's titles.

Television is at the forefront of Atlantic production. There have been more renewals then ever before, as several series are doing well with domestic audiences and in the international marketplace. With long-running series like *Blackfly* and *Eckhart*; the Canada-Ireland coproduction *Random Passage*, which follows the early 19th-century journey of a young woman from Ireland during the potato famine to the hardship of pioneer existence in outport Newfoundland; and the new series *Trailer Park Boys*, a hilarious look at two loveable social misfits as they guide their trailer park community into and out of trouble, Atlantic television drama productions are forging a niche in the national industry.

Documentaries are a vitally important part of Atlantic storytelling as they convey the region's reality, passion and heart to a national audience and beyond. Included among Atlantic documentaries this year are *Anna Malenfant d'Acadie*, a portrait of one of French Canada's foremost contraltos and an important Acadian historical figure, and the startling honesty of *My Left Breast*, a deeply moving look at one woman's struggle with breast cancer.

Feature films continue as a focus for Atlantic Canadian culture and creativity with productions like *Rare Birds*, based on Newfoundland's Edward Riche's novel of the same name, and the Canada-United Kingdom coproduction *Seats 3A & 3C*, a collection of five feature-length films that explore the elements of chance meetings through seats 3A and 3C on an Airbus 340. Andrea Dorfman's *Parsley Days* (one of the first winners from the Emerging Filmmakers Program in its inaugural year) was a popular box-office attraction at the 20th Atlantic Film Festival; it was also selected for the Perspective Canada Program at the 25th Toronto International Film Festival and opened for the general public in early May 2001 in selected theatres across Canada.

Multimedia is gaining momentum in the Atlantic region with the assistance of the Baddeck International New Media Festival, held annually in Cape Breton. The festival is critically important, on a national and international level, to the development of products for the new technologies.

ONTARIO

Karen Franklin,
Director – Operations

In 2000-01, a number of feature films supported by the Ontario office met with critical acclaim. Clement Virgo's latest feature *Love Come Down* won three Genie Awards and went on to open to glowing reviews across Canada in March. *Ginger Snaps* brings a new twist on the traditional werewolf tale: the Canadian suburbs. Directed by John Fawcett, the film drew large audiences when it premiered at the Toronto International Film Festival and hit Canadian screens from coast to coast in May. Director David Weaver's first feature, *Century Hotel*, weaves together seven separate stories that take place in the same Toronto hotel room over the course of the 20th century. *Red Green's Duct Tape Forever!*, before the camera in the spring of 2001, promises the hilarious big-screen debut of Red, Harold and others from the Gemini Award-winning series *The New Red Green Show*.

Many high-calibre television projects hit the small screen this past year. Children's programs included *Screech Owls*, a series based on the popular collection of books by Roy MacGregor, which premiered in the fall of 2000 to rave reviews. Two new drama series *Blue Murder* and *The Associates* had their network telecast premieres in January, and Telefilm renewed its commitment to both series for their second seasons. The documentary *A Sacred Balance*, based on David Suzuki's best-selling

MY LEFT BREAST
Pope Productions

THE ASSOCIATES
Alliance Atlantis Communications

book, and *Hip Stories for Hip Kids* by Genie award-winning documentary filmmaker Ron Mann are two of the promising documentary projects on the slate for this year. The made-for-television feature, *Lucky Girl*, directed by John Fawcett, premiered in April and garnered the attention of audiences and critics alike for its sensitive look at teen gambling.

In the world of multimedia, the many innovative projects financed include *The Toy Castle Website*, based on characters and stories from the charming new television series for preschool children; *The Seen*, an animated interactive comedy web-isodic series about one guy's misadventures in temporary employment; and *Cyber Film School*, an interactive classroom that provides instruction in screenwriting, directing, cinematography and editing. It is the website to visit to learn about the craft of filmmaking.

QUEBEC

Joëlle Levie,
Director – Operations

2000-01 can be seen as a year of conclusions, maturity and fresh starts. Many projects funded in 1999-00 – for movie theatres, television and the new media alike – found enthusiastic audiences and garnered awards, among them Denis Villeneuve's *Maelström*, Pierre Falardeau's *15 février 1839*, Gabriel Pelletier's *La Vie après l'amour* and Bernard Émond's *La Femme qui boit*, selected for Cannes. On the television front, series such as *Fortier 2*, *La Vie, la Vie* and *2 Frères* saw their ratings rise from week to week and walked off with numerous Gémeaux Awards. The children's series *Macaroni tout garni*, *Cornemuse* and *Une galaxie près de chez vous* met with an equally warm welcome.

The Quebec office again banked on diversity, supporting filmmakers in early career, such as Denis Chouinard (*L'Ange de goudron*), Francis Leclerc (*Une jeune fille à la fenêtre*) and Catherine Martin (*Mariages*), and seasoned veterans like Jean Beaudin (*Le Collectionneur*), Anne Wheeler (*A Wilderness Station*), Léa Pool (*Lost and Delirious*, selected for Sundance and Berlin) and André Melançon (*Le Ciel sur la tête*). New comedies already released or in the line-up include *K2* by Gabriel Pelletier, *Nuit de noces* by Émile Gaudreault and *Les Boys III* by Louis Saia.

For television, this diversity was seen in renewed support for the hit series mentioned above and in new projects such as *Willie*, the Willie Lamothe story, *Le Bunker*, a series by Luc Dionne who penned *Omertà*, and *Zulu.com*, set to replace *Diva*. Diversity for television was manifest in documentaries, with one-offs on social issues (*Le Bien commun*, *La Fiancée de la vie*, *Opération Cobra*, *Coming Out*) rubbing shoulders with biographies (Réal Caouette, Jean-Claude Lauzon, Roussil and others) and general interest series (among them, *Le Dernier des parrains*, *Technopolis*, *Missions secrètes* and *Extremis*).

New media projects are increasingly focused on games, online products and interactive television. The Quebec office kept step with this trend, funding the *Zero-G Marines* game, edutainment websites like *Metro* and *Izzigo*, the *Tales for All* site, and reference works such as *Le Canada, destination d'aventure* and *Spaceville.com*. Working within

the framework of the Interdepartmental Partnership With the Official Language Communities, the office also contributed to the development of French-language production outside Quebec, organizing immersion activities in Montréal as well as training sessions.

WESTERN REGION

Elizabeth Friesen,
Director – Operations

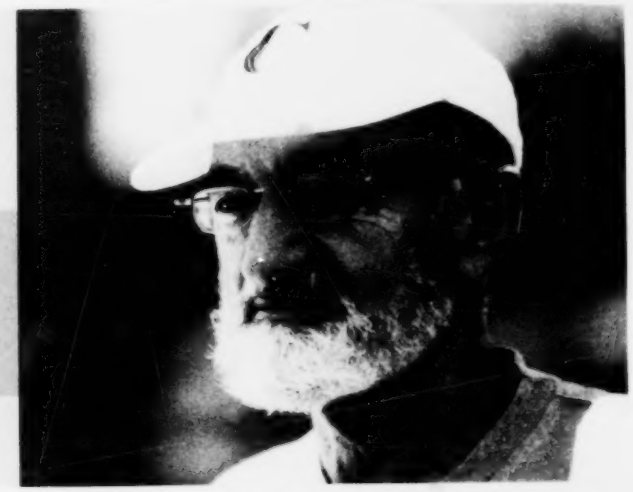
Television and film production from the Western region was extremely well received at home and internationally this year.

The TV movie *Milgaard* and the drama series *Da Vinci's Inquest* garnered Gemini Awards. The latter, English Canada's most popular television series, and documentaries like *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler* drew audiences of over a million viewers.

Also for television, *Nu Shu – A Hidden Language of Women in China* picked up an Audience Favourite award in Milan, Italy, and *Etienne Gaboury, architecte* received the Architectural Education Award at the International Art and Education Film Festival in Paris, while *Legends: The Story of Siwash Rock* received awards from four Aboriginal film festivals in North America and *Singing our Stories* received the Grand Honour 2000 from the EthnoFilm Festival in Berlin.

Among feature films, *waydowntown* scored the City TV – Best Canadian Film Award and the Critics' Choice awards in both Toronto and Vancouver, and won international acclaim. *Low Self Esteem Girl*, *Hey, Happy!*, *No More Monkeys Jumpin' on the Bed* and *Evirati* were invited to Canadian and international festivals. International coproductions in the West included *Almost America*, a partnership between Canada and Italy, which has already found favour in Italy.

On the new media front, it's been an incredible year for *Buddy Brush and the Painted Circus*, which won the New Media Invision Award 2000, Dr. Toy's 100 Best Children's Products and Dr. Toy's 10 Best Software/CD-ROM/High Tech

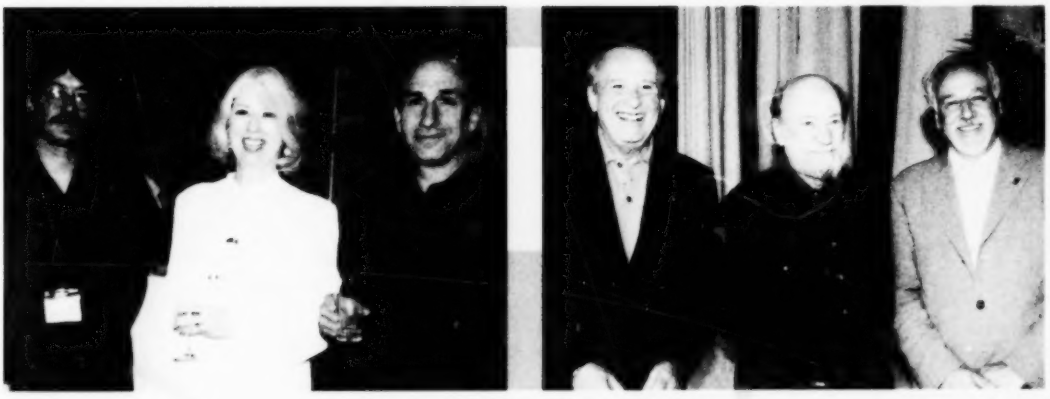


Products 2000. This product is licensed to 10 international distributors and specialty retailers. The interactive *Encyclopedia of British Columbia* was launched with strong sales and critical acclaim. Both the print and CD-ROM editions, published by Harbour Publishing, are supported by additional resources delivered via the online edition. Two award-winning companies, Ingenuity Works of Vancouver and Micro-Intel of Montréal, have partnered to produce *The Learning Window*, a French and English e-commerce site dedicated to distributing their products.

Seven of the sixty producers selected to pitch their projects at the influential International Film Financing Conference in San Francisco were from Western Canada this year. The Asia-Pacific Initiative has continued to create coproduction opportunities, and the February 2001 China mission was a notable success.

LAUNCH OF THE NEW CANADIAN FEATURE FILM POLICY
Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of Telefilm Canada; Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage and François Macerola, Executive Director of Telefilm Canada

DAVID CRONENBERG RETROSPECTIVE, PARIS
David Cronenberg and Charles Tesson, editor-in-chief of the *Cahiers du cinema*, at the opening night festivities of *Creatures et Machines malades*, held at the Espace Cardin



2001 CANNES INTERNATIONAL FILM FESTIVAL
Zacharias Kunuk, director of *Atanarjuat (The Fast Runner)*, winner of the Golden Camera Award for a first feature; Sandra Macdonald, Government Film Commissioner and Board member, Telefilm Canada; and Norman Cohn, the film's producer

Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of Telefilm Canada; Rock Demers, producer, Productions La Fête; and François Macerola, Executive Director of Telefilm Canada

TELEFILM CANADA STAND AT MILIA 2001
Telefilm hosted representatives of Canada's Department of Foreign Affairs and International Trade stationed in eight different countries. From France: John McNab, minister-counselor, his Excellency Raymond Chrétien, Canadian Ambassador to France, and John Broadbent, counselor (Commercial Affairs), High Technology Section

2001 BANFF TELEVISION FESTIVAL
Elvira Sanchez de Malicki, Board member of Telefilm Canada, and Aboriginal Jury members at the ceremony for the Telefilm Canada/APTN awards

Highlights

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

The IPDF also encourages Canadian festivals to contribute to industry development by means of forums and workshops, market simulations and mentoring activities. In this area, the Corporation supported the New Media Strand at the Banff Television Festival, the first Hot Docs Documentary Forum and Strategic Partners, a meeting of Canadian and British professionals at the Atlantic Film Festival. In addition, the Telefilm Canada Pitch This contest, organized by Telefilm for the 20th anniversary of the Toronto International Film Festival, gave six Canadians the opportunity to pitch and refine ideas for feature films with major players from the international film industry.

National Training Program and Assistance Programs for Emerging Talent

Telefilm Canada encourages newcomers to the industry in many ways, in all regions of the country.

In 1999-00, the Department of Canadian Heritage assigned the Corporation new resources for professional training as part of the National Training Program in the Film and Video Sector. This program is designed to support high-level professional training that prepares graduates for significant careers.

This year, Telefilm allocated $2.4 million to five training schools: the Institut national de l'image et du son (INIS), in Montréal, the Canadian Film Centre, in Toronto, the National Screen Institute, in Winnipeg and Edmonton, the Banff New Media Institute, in Banff, and the Canadian Screen Training Centre, in Ottawa. Some of these schools also received support through the Industrial and Professional Development Fund for special initiatives aimed at bringing students together with creators and key players from the industry.

Other programs – some jointly funded by provincial organizations – provide direct assistance for young professionals in early career seeking to acquire experience and make a name for themselves in their chosen field.

Among these are Drama Prize and Features First, in the West; the Emerging Filmmakers Program in the Atlantic region; INIS scholarships in Montréal; and sponsorship for the Feature Film Project at the Canadian Film Centre in Toronto. These programs are extremely popular and very productive, turning out works that go on to appear in Canadian festivals, such as *Parsley Days*, by Andrea Dorfman, and *The Bingo Robbers*, by Lois Brown and Barry Newhook.

INTERNATIONAL RELATIONS

The Canadian film, television and new media industry is attracting ever-greater interest on the international stage. Among its drawing cards are high-quality, diverse production, exceptional know-how and unique international coproduction expertise. The industry also enjoys the solid backing of the Canadian government through both policy and financial resources. As a result, Canadians are regarded as partners of choice for defining forward-looking international policies and creating, financing and distributing successful productions.

In 2000-01, Telefilm Canada continued to refine its strategies in different areas including coproductions, which it administers on behalf of the Canadian government, festivals and markets and its activities in the European office in Paris.

International Coproductions

This year, the international coproduction guidelines were fully reviewed in conjunction with the Department of Canadian Heritage, various professional associations and representatives of the coproduction industry. The revision process extended over several months, and the results were consolidated in the *2001 Coproduction Guide*, available on the Corporation's website and in print form.

In response to the growing complexity of economic and cultural issues in a context of global change, the new guidelines for coproducing with Canada are more explicit and more detailed than the previous version. They are better adapted to current business realities, and at the same time provide for the rigorous practices, fairness and transparency that must prevail among international partners anxious to protect their respective and collective interests.

Concurrently, the Corporation revised the operating methods of its coproductions department. Analysis procedures have been further standardized, from advance rulings to final certification, and the number of analysts has been increased to ensure closer monitoring of coproduction files.

Certification of Canadian Coproductions

In 2000-01, the Corporation certified 66 coproductions representing total budgets of half a billion dollars. They include 41 projects for television and 25 feature films. The linguistic breakdown is as follows: 44 projects in English, 11 in French and 11 in French and English (essentially children's animation).

France and the United Kingdom remain leading partners for Canadian producers, respectively participating in 20 and 34 coproductions this year. Fourteen other countries took part in coproductions: Germany, Australia, Bulgaria, China (including one project with Hong Kong), Cuba, Denmark, Spain, Italy, Luxembourg, the Philippines, Poland, Senegal, Singapore and Venezuela. The sharpest increase was seen among Asian countries, with a total of six projects.

Readers will note that the overall total is down from the previous year, when Telefilm certified 100 coproductions. The reason is primarily administrative, resulting from a change in Canadian Television Fund practices concerning coproduction applications. Previously, the deadline for advance ruling applications was end January, meaning that applications for 2000-01 were submitted in January 2000 and accounted for in fiscal 1999-00 (hence the phenomenal results for that year). This past year, however, the deadline was eliminated and projects will be submitted throughout 2001-02. Thus despite the difference in year-end numbers, coproduction volume remains stable. Telefilm certified 106 coproductions in the 2000 calendar year, and similar results are expected in 2001.

International Markets

During the past fiscal year, Telefilm undertook discussions with other federal and provincial agencies with a view to rationalizing the Canadian presence at markets. The expanded partnership should result in enhanced support for the Canadian industry and, eventually, lower costs for Canadian SMBs sharing the Telefilm Canada umbrella stand.

A first beneficial experience took place in February 2001, at MILIA in Cannes, where the Telefilm stand hosted representatives of Canada's Department of Foreign Affairs and International Trade stationed in eight different countries (France, Great Britain, Belgium, Denmark, Germany, the Netherlands, Sweden and Finland). Their presence gave Canadian SMBs access to extensive business expertise and facilitated international linking and networking activities.

In preparing for the 2001 Cannes International Film Festival, Telefilm again joined forces with other organizations – Ontario Media Development Corporation, Canadian Film and Television Production Association, British Columbia Film, Manitoba Film and Sound, SaskFilm and Video Development Corporation and the Department of Foreign Affairs and International Trade – to provide the industry and international participants with a still-broader range of expertise in production, coproduction and cultural product promotion at a single address.

Canadian professionals benefit greatly from international markets, which are crucial to selling products, purchasing distribution and broadcast rights, developing or finalizing coproduction projects and finding financial partners. Telefilm's initiatives in this area reflect the industry's evolution and new needs. In 2000-01, the Corporation attended ten markets, one more than in the previous year, allocating $1 million to support the industry through various logistic and promotional activities. This represents an increase over past years, due chiefly to increased support for multimedia market participation.

The Corporation now attends four markets for new media: MIM in Montréal, MILIA in Cannes, E³ in Los Angeles and ECTS in London, the last having been added in 2000-01 at the request of the Canadian new media industry. For feature films, the Corporation is present at the Cannes International Film Festival, the Berlin International Film Festival and the Independent Feature Film Market in New York. For television, Telefilm attends MIP-TV and MIPCOM in Cannes, and NATPE in Las Vegas.

More than 80 Canadian companies shared the Corporation's umbrella stand at these markets, benefiting from Telefilm's contacts and unique international relations expertise. This was a marked increase compared to 70 companies hosted at the Telefilm stand in 1999-00.

Highlights

AN HISTORIC YEAR

New Canadian Feature Film Policy: From Script to Screen

A look back

"Despite its many successes and indisputable signs of vitality, Canadian cinema has yet to achieve its rightful place on Canadian screens. Contrary to the television industry, which benefits from important financial resources and regulatory measures governing Canadian content, our films are at the mercy of the laws of the market and remain cruelly deprived of stable, adequate funding. The primary condition for seeing our cinema prevail is the regular production of powerful, original works that are rooted in our reality and transcend the anecdotal to attain the universal. If the public is to develop a taste for movies by Canadian filmmakers, it must have access to them on an ongoing basis. Today more than ever, films are the product of a collective effort."
François Macerola, *La Presse*, Montreal, January 1996

"Canadian filmmakers have many more stories to tell, and they have the skills and the experience to create feature films that the world will want to watch. Significant changes are necessary if our creative talent is to weave new tales and mesmerize cinema and television audiences at home and around the world – as it has for decades."
Report of the Feature Film Advisory Committee, March 1999

"Thanks to the stories they tell, which represent our societies in all their diversity, filmmakers help bring Canadians together while providing us with a window on the world. The new Canadian Feature Film Policy will offer us more homegrown choices in local theatres. The Canada Feature Film Fund is an investment that demonstrates the government's commitment towards an industry that has made – and continues to make – a significant contribution to the cultural life of our country."
Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage, at the launch of the Canadian Feature Film Policy, October 2000

"Mission accomplished! This is the culmination of a process that began with the Canada-wide feature film policy review launched by Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage in 1998, and continued until very recently with national consultations on the CFFF guidelines. The industry finally has the policy and resources that it needs in order to grow. Telefilm Canada is proud to have been entrusted with administering the new fund. The Corporation has more than 30 years of expertise in financing high-quality feature films and has played a major role in securing recognition for Canadian cinema at home and abroad."
Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of the Board, at the launch of the CFFF guidelines, March 2001

After several years of preparation, the new Canadian Feature Film Policy was officially launched in Vancouver on October 5, 2000, by the Minister of Canadian Heritage, Sheila Copps. Telefilm Canada played an active role in establishing this innovative, comprehensive policy, entitled *From Script to Screen*, which comes with an annual budget of $100 million, double the resources previously allocated to Canadian feature films.

Telefilm Canada administers the Policy's cornerstone, the Canada Feature Film Fund, which began operating on April 1, 2001. The CFFF refocuses government investment by taking an end-to-end approach to funding that covers all aspects of the industry, from the writing of a film to its promotion. Beyond additional funds, though, the new policy introduces a new method of allocating support to the industry, based largely on performance.

Lengthy Gestation, Extensive Consultation

In 1996, Telefilm Canada's Executive Director, François Macerola, sounded the alarm. Speaking on behalf of the audiovisual community, he asked that Canadian feature films be afforded more adequate support.

In 1998, under the direction of the Department of Canadian Heritage, a national feature film policy review was undertaken, prompting close to a hundred briefs and submissions, the organization of regional roundtables and the establishment of a feature film advisory committee. This committee was composed of representatives of the production, distribution and theatrical exhibition sectors from all regions.

Submitted to the Minister of Canadian Heritage in 1999, the committee's report revealed its ambitions in a forceful title: *The Road to Success*. The report demonstrated not only the cultural significance but also the economic role of the audiovisual production industry (30,000 jobs and $2.8 billion annually for the Canadian economy). It recommended the creation of a new feature film fund to be administered by Telefilm Canada and asserted the need to augment resources for promotion. Among its targeted goals were increased screen time, quality and average budget for Canadian films, and improved distribution and marketing initiatives.

Heartened by the February 2000 budget speech, which promised decisive support for the feature film sector, the Department of Canadian Heritage, Telefilm Canada and the film industry continue to work on this priority matter. A Telefilm working group was mandated to develop a performance-based financing model that would encourage daring and box-office results.

October 2000 to March 2001

- **extensive national consultation**
- **launch of two new programs**
- **development of the Canada Feature Film Fund**

Telefilm and the industry enthusiastically welcomed the launch of the new Canadian Feature Film Policy, the creation of the Canada Feature Film Fund and the proposal to name a permanent CFFF advisory group. The policy stipulated that already in fiscal 2000-01, the Corporation would receive new resources for development, production, distribution, marketing, industrial and professional development, festivals and markets.

On October 23, 2000, Telefilm informed the industry about the process for allocating the additional resources for 2000-01. In November, after consulting with the

professional associations and funding organizations concerned, the Corporation published the guidelines for the two new programs under its responsibility: the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program.

On November 28, 2000, the Department of Canadian Heritage and Telefilm undertook a series of consultations, begun in Halifax and continued in Montréal, Vancouver and Toronto, for the purpose of presenting the proposed CFFF guidelines. Close to a hundred representatives from the production, distribution and theatrical exhibition sectors and provincial agencies took part in these meetings, enriching them with their particular expertise, comments and suggestions. In late December, Telefilm posted a full summary of the proceeding on its website.

Other sectoral consultations were held in January and February 2001. Finally, in March, Telefilm was able to announce the 2001-02 Canada Feature Film Fund guidelines to all of its partners and clients.

On March 30, 2001, the Minister of Canadian Heritage announced the appointment of Denise Robert

Canadian Feature Film Policy

The consultation process reaffirmed the industry's strong foundation but also the roadblocks to its success.

A first observation: While Canadians are avid moviegoers and attendance continues to grow, Canadian films account for only an average of 2% of Canadian box-office receipts.

The key challenge for the new policy, therefore, is to build Canadian audiences for Canadian films. The overall goal is to capture an average of 5% of the domestic box office.

To this end, the Policy establishes four major objectives:

- To develop and retain talented Canadian creators by investing in screenwriting and professional development for filmmakers
- To foster the quality and diversity of Canadian film by restructuring (production and distribution) support programs to reward ongoing performance and by encouraging an increase in average production budgets
- To build larger audiences at home and abroad through more effective support for marketing and promoting Canadian films
- To preserve and disseminate our collection of Canadian feature films for audiences today and tomorrow

Overview of the New Canada Feature Film Fund

The Canada Feature Film Fund includes a series of programs, which are administered by Telefilm Canada.

Development, production and marketing programs

$85 million for producers and distributors, to increase production and marketing budgets. Each of these programs has two sections: a performance-based section, which earmarks envelopes for a certain number of producers and distributors, and a selective section, which takes into account creation, audience, financial and corporate development criteria. These programs foster a wide variety of Canadian images and stories from all regions.

Screenwriting Assistance Program

$2.3 million annually for screenwriters (who may submit applications directly, without a producer), to develop a pool of experienced screenwriters and a bank of promising scripts. The Corporation welcomes this new addition to its clientele.

Low Budget Independent Feature Film Assistance Program

$1.8 million annually to support low budget feature films controlled by the filmmakers and having budgets of between $300,000 and $750,000.

Complementary Activities Program

$4.95 million (an increase of $1.85 million) for Canadian film festivals, Canadian participation in foreign festivals, parallel distribution networks, awards, ceremonies and other initiatives designed to help raise the national and international profile of Canadian films with moviegoers, critics and the media.

Resources are also allocated to programs and initiatives not administered by Telefilm Canada, such as:

- **Film and video production cooperatives:** annual funding of $2.9 million for film and video co-ops helps to support filmmakers in early career.
- **Canadian Independent Film and Video Fund:** annual funding of $1.8 million is allocated to this non-profit organization to enable filmmakers to work on non-theatrical productions.
- **Preservation of the Canadian feature film collection:** $750,000 to restore, preserve and provide access to Canada's film heritage.

For further information on the Canada Feature Film Fund, visit the Telefilm Canada website: www.telefilm.gc.ca

AN HISTORIC YEAR

New Canadian Feature Film Policy: From Script to Screen

A look back

"Despite its many successes and indisputable signs of vitality, Canadian cinema has yet to achieve its rightful place on Canadian screens. Contrary to the television industry, which benefits from important financial resources and regulatory measures governing Canadian content, our films are at the mercy of the laws of the market and remain cruelly deprived of stable, adequate funding. The primary condition for seeing our cinema prevail is the regular production of powerful, original works that are rooted in our reality and transcend the anecdotal to attain the universal. If the public is to develop a taste for movies by Canadian filmmakers, it must have access to them on an ongoing basis. Today more than ever, films are the product of a collective effort."

François Macerola, *La Presse*, Montreal, January 1996

"Canadian filmmakers have many more stories to tell, and they have the skills and the experience to create feature films that the world will want to watch. Significant changes are necessary if our creative talent is to weave new tales and mesmerize cinema and television audiences at home and around the world – as it has for decades."

Report of the Feature Film Advisory Committee, March 1999

"Thanks to the stories they tell, which represent our societies in all their diversity, filmmakers help bring Canadians together while providing us with a window on the world. The new Canadian Feature Film Policy will offer us more homegrown choices in local theatres. The Canada Feature Film Fund is an investment that demonstrates the government's commitment towards an industry that has made – and continues to make – a significant contribution to the cultural life of our country."

Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage, at the launch of the Canadian Feature Film Policy, October 2000

"Mission accomplished! This is the culmination of a process that began with the Canada-wide feature film policy review launched by Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage in 1998, and continued until very recently with national consultations on the CFFF guidelines. The industry finally has the policy and resources that it needs in order to grow. Telefilm Canada is proud to have been entrusted with administering the new fund. The Corporation has more than 30 years of expertise in financing high-quality feature films and has played a major role in securing recognition for Canadian cinema at home and abroad."

Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of the Board, at the launch of the CFFF guidelines, March 2001

After several years of preparation, the new Canadian Feature Film Policy was officially launched in Vancouver on October 5, 2000, by the Minister of Canadian Heritage, Sheila Copps. Telefilm Canada played an active role in establishing this innovative, comprehensive policy, entitled *From Script to Screen*, which comes with an annual budget of $100 million, double the resources previously allocated to Canadian feature films.

Telefilm Canada administers the Policy's cornerstone, the Canada Feature Film Fund, which began operating on April 1, 2001. The CFFF refocuses government investment by taking an end-to-end approach to funding that covers all aspects of the industry, from the writing of a film to its promotion. Beyond additional funds, though, the new policy introduces a new method of allocating support to the industry, based largely on performance.

Lengthy Gestation, Extensive Consultation

In 1996, Telefilm Canada's Executive Director, François Macerola, sounded the alarm. Speaking on behalf of the audiovisual community, he asked that Canadian feature films be afforded more adequate support.

In 1998, under the direction of the Department of Canadian Heritage, a national feature film policy review was undertaken, prompting close to a hundred briefs and submissions, the organization of regional roundtables and the establishment of a feature film advisory committee. This committee was composed of representatives of the production, distribution and theatrical exhibition sectors from all regions.

Submitted to the Minister of Canadian Heritage in 1999, the committee's report revealed its ambitions in a forceful title: *The Road to Success*. The report demonstrated not only the cultural significance but also the economic role of the audiovisual production industry (30,000 jobs and $2.8 billion annually for the Canadian economy). It recommended the creation of a new feature film fund to be administered by Telefilm Canada and asserted the need to augment resources for promotion. Among its targeted goals were increased screen time, quality and average budget for Canadian films, and improved distribution and marketing initiatives.

Heartened by the February 2000 budget speech, which promised decisive support for the feature film sector, the Department of Canadian Heritage, Telefilm Canada and the film industry continue to work on this priority matter. A Telefilm working group was mandated to develop a performance-based financing model that would encourage daring and box-office results.

October 2000 to March 2001

- extensive national consultation
- launch of two new programs
- development of the Canada Feature Film Fund

Telefilm and the industry enthusiastically welcomed the launch of the new Canadian Feature Film Policy, the creation of the Canada Feature Film Fund and the proposal to name a permanent CFFF advisory group. The policy stipulated that already in fiscal 2000-01, the Corporation would receive new resources for development, production, distribution, marketing, industrial and professional development, festivals and markets.

On October 24, 2000, Telefilm informed the industry about the process for allocating the additional resources for 2000-01. In November, after consulting with the

professional associations and funding organizations concerned, the Corporation published the guidelines for the two new programs under its responsibility: the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program.

On November 28, 2000, the Department of Canadian Heritage and Telefilm undertook a series of consultations, begun in Halifax and continued in Montreal, Vancouver and Toronto, for the purpose of presenting the proposed CFFF guidelines. Close to a hundred representatives from the production, distribution and theatrical exhibition sectors and provincial agencies took part in these meetings, enriching them with their particular expertise, comments and suggestions. In late December, Telefilm posted a full summary of the proceeding on its website.

Other sectoral consultations were held in January and February 2001. Finally, in March, Telefilm was able to announce the 2001-02 Canada Feature Film Fund guidelines to all of its partners and clients.

On March 30, 2001, the Minister of Canadian Heritage announced the appointment of Denise Robert

Canadian Feature Film Policy

The consultation process reaffirmed the industry's strong foundation but also the roadblocks to its success.

A first observation: While Canadians are avid moviegoers and attendance continues to grow, Canadian films account for only an average of 2% of Canadian box-office receipts.

The key challenge for the new policy, therefore, is to build Canadian audiences for Canadian films. The overall goal is to capture an average of 5% of the domestic box office.

To this end, the Policy establishes four major objectives:

- To develop and retain talented Canadian creators by investing in screenwriting and professional development for filmmakers.
- To foster the quality and diversity of Canadian film by restructuring [production and distribution] support programs to reward ongoing performance and by encouraging an increase in average production budgets.
- To build larger audiences at home and abroad through more effective support for marketing and promoting Canadian films.
- To preserve and disseminate our collection of Canadian feature films for audiences today and tomorrow.

Overview of the New Canada Feature Film Fund

The Canada Feature Film Fund includes a series of programs, which are administered by Telefilm Canada.

Development, production and marketing programs

$85 million for producers and distributors, to increase production and marketing budgets. Each of these programs has two sections: a performance-based section, which earmarks envelopes for a certain number of producers and distributors, and a selective section, which takes into account creation, audience, financial and corporate development criteria. These programs foster a wide variety of Canadian images and stories from all regions.

Screenwriting Assistance Program

$2.3 million annually for screenwriters (who may submit applications directly, without a producer), to develop a pool of experienced screenwriters and a bank of promising scripts. The Corporation welcomes this new addition to its clientele.

Low Budget Independent Feature Film Assistance Program

$1.8 million annually to support low budget feature films controlled by the filmmakers and having budgets of between $300,000 and $750,000.

Complementary Activities Program

$4.95 million (an increase of $1.85 million) for Canadian film festivals, Canadian participation in foreign festivals, parallel distribution networks, awards, ceremonies and other initiatives designed to help raise the national and international profile of Canadian films with moviegoers, critics and the media.

Resources are also allocated to programs and initiatives not administered by Telefilm Canada, such as:

- **Film and video production cooperatives:** annual funding of $2.9 million for film and video co-ops helps to support filmmakers in early career.
- **Canadian Independent Film and Video Fund:** annual funding of $1.8 million is allocated to this non-profit organization to enable filmmakers to work on non-theatrical productions.
- **Preservation of the Canadian feature film collection:** $750,000 to restore, preserve and provide access to Canada's film heritage.

For further information on the Canada Feature Film Fund, visit the Telefilm Canada website: www.telefilm.gc.ca

(Cinémaginaire, Montréal), Niv Fichman (Rhombus Media, Toronto) and Tom Rowe (Sextant Entertainment Group, Vancouver) as joint chairs of the permanent CFFF Advisory Group. The group, whose members were announced subsequently, advises the Department of Canadian Heritage and Telefilm Canada on the Fund's performance. It serves as a permanent source of expertise and a forum for the discussion of the industry's needs and priorities.

PRODUCTION AND DEVELOPMENT

An All-time High: 782 Production and Development Projects

Due to the exceptional vigour of the Canadian industry, supported by additional resources allocated under the new Canadian Feature Film Policy, fiscal 2000-01 saw the creation of a record number of production and development projects.

The Corporation funded 782 projects (351 in production and 431 in screenwriting and development), up 55% from four years ago.

This increase in projects bears noting, because it ensures a broad diversity of products with Canadian content on television, in theatres and in the new media. Moreover, the 2000-01 projects demonstrate outstanding originality and quality, attesting to unrivalled professionalism and creativity.

The largest increase was in feature films. The Canadian Feature Film Policy provided $10 million in additional resources for production and development through the Feature Film Fund, and two new programs that began operating in 2000-01, the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program.

In all, Telefilm supported the production of 64 feature films, compared to 46 in 1999-00, while feature film development and screenwriting projects rose from 102 to 173.

It also should be noted that support for the development and writing of television, film and multimedia projects rose to an unprecedented level this year: $10.1 million, which compares to an average of $7.9 million over the three previous years.

Telefilm Canada Assumes 22% of Budgets Totalling $618 million

Telefilm Canada provided $136 million through several different funds and programs.

- Equity Investment Program: $99.3 million
- Feature Film Fund: $26.3 million
- Canada Feature Film Fund (two new programs): $2.6 million
- Multimedia Fund (production and development sections): $3.7 million
- Production Revenue Sharing Program: $1.4 million
- Official Coproductions (mini-treaties): $1.5 million
- Regular Fund: $1.6 million

Separate sections of the annual report deal with the first four of these funds and programs, through which the Corporation allocated 97% of its financial resources.

The three mini-treaties with France facilitate feature film and animation coproductions and television coproduction development. The Regular Fund primarily supports low budget projects. The Production Revenue Sharing Program is reserved exclusively for SMBs and can be accessed for both production and development projects.

Producing such an enormous body of work is a phenomenal undertaking. The combined budgets of this year's 782 new projects total $618 million, of which the Corporation assumed 22%. Telefilm's partners in financing these projects are the Canadian Television Fund's Licence Fee Program, broadcasting companies, the private sector (producers and producer-related sources, private assistance funds, private investors), distributors, other federal and provincial government sources (principally through tax credits) and foreign participants (coproducers, broadcasters, distributors).

This year saw an upsurge in international coproductions. Telefilm's contribution to these projects amounted to $18.7 million, an increase of nearly 90% over the previous year attributable chiefly to the television sector. Telefilm supported 32 production projects, including 22 through the Canadian Television Fund's Equity Investment Program. Four development projects received assistance, three with France under the mini-treaties and one with Ireland under the English-Language Cinema Plan (ELCP).

Linguistic Breakdown: Projects in English, French and Aboriginal Languages

Telefilm Canada is mandated to support the creation of films, television programs and multimedia products in all regions of the country in both official languages, including those in minority situations, and in Aboriginal languages.

This year's linguistic and regional results are positive. The linguistic breakdown is as follows:

- 34% for projects in French
- 64% for projects in English
- 2% for projects in Aboriginal languages

LUCKY GIRL
Alliance Atlantis Communications
Triptych Media

Strong Economic Impact

Telefilm's investments provide the Canadian industry with important leverage. Every production dollar from the Corporation attracts an average of three dollars in investments from other financing sources.

Furthermore, the film, television and new media sectors are economic catalysts. This year's projects come from more than 525 companies from across the country, the majority of them SMBs. These projects translated into more than 19,000 diverse job opportunities for both seasoned professionals and young newcomers.

The business community recognizes that the additional economic impact of every dollar invested in production is $1.10, more than 100%. On that basis, the 2000-01 productions will have served to inject more than a billion dollars into the Canadian economy.

Telefilm fosters the growth of production in Aboriginal languages through a $2.5-million envelope of the Canadian Television Fund. Stable production, increased project budgets, diversified financing sources: despite a still-precarious environment, Aboriginal producers went to air this year with 15 productions that give voice to the Inuktitut, Cree, Innu, Dene, Lakota, Mohawk, Salish and Ojibway languages. In addition, support was provided for 14 writing and development projects in Aboriginal languages.

The Corporation continues to give special consideration to projects from linguistic minority communities, which contribute to the diversity of Canadian production. In 2000-01, Telefilm devoted more than $12 million to 68 projects made in English in Montréal and in French in Moncton, Toronto, Ottawa, Grand Digue and Caraquet.

Regional Breakdown: New Record

The Corporation allocated 63% of its resources to projects from Montréal and Toronto, and 37% to projects from the Western and Northern region, the Atlantic region and other cities in Quebec and Ontario. This regional record is attributable chiefly to an increase in television production in the regions, as discussed in the section on the Equity Investment Program. In the previous year, fiscal 1999-00, Telefilm's contribution to regional projects represented 34%.

Vancouver and Halifax maintained their status as major production centres. This year, however, there was a significant increase in commitments in several other provinces. In Alberta, Telefilm's project participation rose by 90%; in Saskatchewan by 146%; in New Brunswick by 100%; and in Newfoundland by more than 300%.

Cinema: Positive Results for the New Canadian Feature Film Policy

64 New Feature Films in Canadian Theatres

Launched in October 2000, the new Canadian Feature Film Policy gave Canadian cinema a substantial boost with an additional budget of $10 million for production and development, made available in 2000-01.

For the past three years, Telefilm supported an average of 45 feature films. In 2000-01, 64 feature films were made with the Corporation's support. These projects were assisted through various funds and programs, principally the CTF Equity Investment Program, the Feature Film Fund and the new Low Budget Independent Feature Film Assistance Program, which enabled the financing of 11 features.

Feature film commitments in 2000-01 amounted to $34.3 million, representing 24% of budgeted costs. During the previous year, Telefilm allocated $22.6 million to feature film production.

With the exception of the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program (for budgets of between $300,000 and $750,000), the average production budget this year was $1.9 million. There was an increase in the average budget of projects supported through the Feature

COLD SQUAD
Keatley Macleod Productions

L'ANGE DE GOUDRON
Studio Max Films

Strong Economic Impact

Telefilm's investments provide the Canadian industry with important leverage. Every production dollar from the Corporation attracts an average of three dollars in investments from other financing sources.

Furthermore, the film, television and new media sectors are economic catalysts. This year's projects come from more than 525 companies from across the country, the majority of them SMBs. These projects translated into more than 19,000 diverse job opportunities for both seasoned professionals and young newcomers.

The business community recognizes that the additional economic impact of every dollar invested in production is $1.10, more than 100%. On that basis, the 2000-01 productions will have served to inject more than a billion dollars into the Canadian economy.

Telefilm fosters the growth of production in Aboriginal languages through a $2.5-million envelope of the Canadian Television Fund. Stable production, increased project budgets, diversified financing sources: despite a still-precarious environment, Aboriginal producers went to air this year with 15 productions that give voice to the Inuktitut, Cree, Innu, Dene, Lakota, Mohawk, Salish and Ojibway languages. In addition, support was provided for 14 writing and development projects in Aboriginal languages.

The Corporation continues to give special consideration to projects from linguistic minority communities, which contribute to the diversity of Canadian production. In 2000-01, Telefilm devoted more than $12 million to 68 projects made in English in Montréal and in French in Moncton, Toronto, Ottawa, Grand Digue and Caraquet.

Regional Breakdown: New Record

The Corporation allocated 63% of its resources to projects from Montréal and Toronto, and 37% to projects from the Western and Northern region, the Atlantic region and other cities in Quebec and Ontario. This regional record is attributable chiefly to an increase in television production in the regions, as discussed in the section on the Equity Investment Program. In the previous year, fiscal 1999-00, Telefilm's contribution to regional projects represented 34%.

Vancouver and Halifax maintained their status as major production centres. This year, however, there was a significant increase in commitments in several other provinces. In Alberta, Telefilm's project participation rose by 90%; in Saskatchewan by 146%; in New Brunswick by 100%; and in Newfoundland by more than 300%.

COLD SQUAD

Cinema: Positive Results for the New Canadian Feature Film Policy

64 New Feature Films in Canadian Theatres

Launched in October 2000, the new Canadian Feature Film Policy gave Canadian cinema a substantial boost with an additional budget of $10 million for production and development, made available in 2000-01.

For the past three years, Telefilm supported an average of 45 feature films. In 2000-01, 64 feature films were made with the Corporation's support. These projects were assisted through various funds and programs, principally the CTF Equity Investment Program, the Feature Film Fund and the new Low Budget Independent Feature Film Assistance Program, which enabled the financing of 11 features.

L'ANGE DE GOUDRON

Feature film commitments in 2000-01 amounted to $34.3 million, representing 24% of budgeted costs. During the previous year, Telefilm allocated $22.6 million to feature film production.

With the exception of the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program (for budgets of between $300,000 and $750,000), the average production budget this year was $1.9 million. There was an increase in the average budget of projects supported through the Feature

Film Fund, up from $1.9 million in 1999-00 to $2.4 million this year; this is partially attributable to the complementary funding allocated to a number of features in accordance with the new policy.

Taking into account all films, the regional breakdown for commitments is as follows:

- Montréal: 41.4%, including 20% for projects in English
- Toronto: 20.4%
- Atlantic region: 13.5%
- Western region: 22.9%
- Other cities in Ontario and Quebec: 1.8%.

In terms of linguistic breakdown, 61.4% of commitments concern projects in English and 38.6%, projects in French.

RECOGNITION FOR THE CANADIAN INDUSTRY

Reaching Audiences

Reaching audiences is a fundamental goal for Telefilm Canada and the Canadian industry. In 2000-01, Telefilm devoted nearly $22 million to the national and international promotion and distribution of Canadian works through a variety of funds and programs. This is an increase of 10% over the previous year, made possible by the additional funds allocated to distribution, marketing, festivals and markets under the new Canadian Feature Film Policy.

This amount is expected to increase during the coming year consistent with the goal of the Canada Feature Film Fund to build Canadian audiences.

The results for 2000-01 are as follows:

- Feature Film Distribution Fund: $12.8 million
- Versioning Fund: $1.8 million
- Canadian Production Marketing Assistance Fund: $1.5 million
- Multimedia Fund (marketing and online distribution components): $1.1 million
- Market participation: $1 million
- Participation in foreign festivals: $500,000
- Grants to Canadian festivals: $2.2 million
- Other forms of support: $800,000

Further details on support for international activities appear in the Highlights section under International Relations. The Feature Film Distribution Fund is covered in the Feature Film section of this annual report.

These are some of the other programs and activities through which Telefilm facilitates access to Canadian creations.

Versioning and Marketing

This year, 42 Canadian productions were versioned into one or other of Canada's official languages: 26 television programs and 16 feature films. Dubbing and subtitling facilitate access to domestic and foreign markets, making the productions more widely accessible.

Marketing assistance is broken down into two sections. The national section is for test marketing and promoting product launches in Canada, among other things. The international section mainly supports promotion for launches abroad and at international markets.

Promotion and Communications

Promoting the Canadian industry is part of Telefilm Canada's mandate. The Corporation has developed a variety of national and international tools for this purpose.

The Corporation orchestrates advertising campaigns for the Canadian industry and its products in trade publications and at festivals and markets. It publishes guides such as the recent *2001 Coproduction Guide*, bulletins for distribution at international festivals, and annual feature film, television program and multimedia product catalogues. Alone or in conjunction with the industry, it organizes events such as feature film screenings for members of Parliament in Ottawa. In addition, the Corporation regularly sponsors industry events and tributes to Canadian creators.

The Communications and Public Affairs division is decentralized and has representatives in Halifax, Toronto and Vancouver, who assist in implementing the regional business plans, particularly in the key area of Canadian festivals. These communications specialists help to raise the profile of the industry and Canadian creators.

Telefilm has established efficient communication channels with its clients. In October 2000, it launched *Expresso*, an innovative information bulletin that allows the regional directors to address their individual clientele directly and, at the same time, provides pages of national interest. *Zoom International*, published in Paris, continues to furnish up-to-date strategic information on the European Community and events of interest to the Canadian industry.

Telefilm's website (www.telefilm.gc.ca) is an important international promotion tool. It is also an excellent means for communicating with the industry, which was able to access all documents relevant to the implementation of the Canada Feature Film Fund in timely fashion. The site will be undergoing in-depth renovations in 2001-02 to make it more user-friendly, interactive and informative.

Canadian Festivals and Telefilm Canada Awards

Canadian festivals encourage a love for film and serve as outstanding showcases for Canadian production. They continue to grow in popularity, and their Canadian programming systematically proves to be a good drawing card. Each year, these festivals afford Canadians in all regions easy access to the most recent creations of Canadian filmmakers.

In 2000-01, Telefilm Canada supported 33 festivals with funding of $2.2 million. The largest share of those resources was allocated to the five major Canadian events: the Montreal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival, the Banff Television Festival and the Atlantic Film Festival. The Corporation also provided support for regional festivals, from Rouyn-Noranda (Quebec) to Victoria (British Columbia), and for specialized festivals that reach varied audiences by focusing on documentaries, shorts, films on art, animation, children's films, Aboriginal productions, new media, experimental works and other areas.

In Vancouver, Moncton, Edmonton and Winnipeg, there are festivals specifically aimed at Francophone communities in linguistic minority situations that provide audiences with programming in their own language, including many Canadian productions.

Each year, Telefilm presents some 15 awards at Canadian festivals. These prizes, which amounted to more than $125,000 in 2000-01, help to promote Canadian talent throughout the country.

TRAINING AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT

Telefilm Canada is steadfast in its commitment to the future of the Canadian industry, which operates in a fiercely competitive environment and must strive to meet the highest international standards. In 2000-01, the Corporation accordingly allocated nearly $5 million in support of ongoing learning in the Canadian film, television and new media industry, and for training to ensure skilled recruits in all sectors.

Industrial and Professional Development Fund

Through the Industrial and Professional Development Fund (IPDF), which is administered on a decentralized basis by the Corporation's different Canadian offices, $2.3 million

was granted to some 75 cultural organizations, associations, festivals and companies for initiatives such as forums, workshops, conferences, research, publications and promotional activities.

Among the beneficiaries were the Academy of Canadian Cinema and Television, Moving Images, the Newfoundland Scriptwriting Workshop, Praxis Centre for Screenwriters, Women in the Director's Chair, the Veille des marchés d'exportation website, Média-Jeunes, Recherche sur le documentaire and the Executive Forum in New Media, as well as Aboriginal community activities such as the Aboriginal Broadcast Training Symposium, Aboriginal Training Research and the First Nations Technical Institute Conference.

French-language Production in Minority Situations

Telefilm Canada continues to be an outstanding partner for official-language communities in linguistic minority situations where the industry is in development. In 2000-01, a second immersion program held in Montréal enabled Francophone producers working in such situations to strengthen their ties with key industry players, funding organizations and the Montréal broadcasting milieu. Producers from these communities also took part in immersion workshops in Europe and attended international markets under the Telefilm Canada umbrella.

In February 2001, the Department of Canadian Heritage approved the first phase of the project submitted by Telefilm and the Alliance des producteurs francophones du Canada within the framework of the Interdepartmental Partnership with Official-Language Communities (IPOLC). This partnership, with which Telefilm Canada has been associated since its inception, is already showing positive results: in March 2001, 13 French-speaking producers from outside Quebec participated in a training workshop on television drama in Winnipeg, conducted in their language. A workshop for screenwriters and directors is scheduled for October 2001.

Telefilm has established efficient communication channels with its clients. In October 2000, it launched *Expresso*, an innovative information bulletin that allows the regional directors to address their individual clientele directly and, at the same time, provides pages of national interest. *Zoom International*, published in Paris, continues to furnish up-to-date strategic information on the European Community and events of interest to the Canadian industry.

Telefilm's website (www.telefilm.gc.ca) is an important international promotion tool. It is also an excellent means for communicating with the industry, which was able to access all documents relevant to the implementation of the Canada Feature Film Fund in timely fashion. The site will be undergoing in-depth renovations in 2001-02 to make it more user-friendly, interactive and informative.

Canadian Festivals and Telefilm Canada Awards

Canadian festivals encourage a love for film and serve as outstanding showcases for Canadian production. They continue to grow in popularity, and their Canadian programming systematically proves to be a good drawing card. Each year, these festivals afford Canadians in all regions easy access to the most recent creations of Canadian filmmakers.

In 2000-01, Telefilm Canada supported 33 festivals with funding of $2.2 million. The largest share of those resources was allocated to the five major Canadian events: the Montreal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival, the Banff Television Festival and the Atlantic Film Festival. The Corporation also provided support for regional festivals, from Rouyn-Noranda (Quebec) to Victoria (British Columbia), and for specialized festivals that reach varied audiences by focusing on documentaries, shorts, films on art, animation, children's films, Aboriginal productions, new media, experimental works and other areas.

In Vancouver, Moncton, Edmonton and Winnipeg, there are festivals specifically aimed at Francophone communities in linguistic minority situations that provide audiences with programming in their own language, including many Canadian productions.

Each year, Telefilm presents some 15 awards at Canadian festivals. These prizes, which amounted to more than $125,000 in 2000-01, help to promote Canadian talent throughout the country.

TRAINING AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT

Telefilm Canada is steadfast in its commitment to the future of the Canadian industry, which operates in a fiercely competitive environment and must strive to meet the highest international standards. In 2000-01, the Corporation accordingly allocated nearly $5 million in support of ongoing learning in the Canadian film, television and new media industry, and for training to ensure skilled recruits in all sectors.

Industrial and Professional Development Fund

Through the Industrial and Professional Development Fund (IPDF), which is administered on a decentralized basis by the Corporation's different Canadian offices, $2.3 million

was granted to some 75 cultural organizations, associations, festivals and companies for initiatives such as forums, workshops, conferences, research, publications and promotional activities.

Among the beneficiaries were the Academy of Canadian Cinema and Television, Moving Images, the Newfoundland Scriptwriting Workshop, Praxis Centre for Screenwriters, Women in the Director's Chair, the Veille des marchés d'exportation website, Media-Jeunes, Recherche sur le documentaire and the Executive Forum in New Media, as well as Aboriginal community activities such as the Aboriginal Broadcast Training Symposium, Aboriginal Training Research and the First Nations Technical Institute Conference.

French-language Production in Minority Situations

Telefilm Canada continues to be an outstanding partner for official-language communities in linguistic minority situations where the industry is in development. In 2000-01, a second immersion program held in Montréal enabled Francophone producers working in such situations to strengthen their ties with key industry players, funding organizations and the Montréal broadcasting milieu. Producers from these communities also took part in immersion workshops in Europe and attended international markets under the Telefilm Canada umbrella.

In February 2001, the Department of Canadian Heritage approved the first phase of the project submitted by Telefilm and the Alliance des producteurs francophones du Canada within the framework of the Interdepartmental Partnership with Official-Language Communities (IPOLC). This partnership, with which Telefilm Canada has been associated since its inception, is already showing positive results: in March 2001, 13 French-speaking producers from outside Quebec participated in a training workshop on television drama in Winnipeg, conducted in their language. A workshop for screenwriters and directors is scheduled for October 2001.

International Festivals

In 2000-01, Telefilm revised and rationalized its support for Canadian productions in international festivals, increasingly taking a qualitative approach to selecting targeted festivals that have a real impact on the international recognition and distribution of Canadian works.

This rationalization has translated into a record number of entries in key festivals, such as Berlin, Clermont-Ferrand, Annecy and Sundance, and enabled the Corporation to provide Canadian productions with improved logistic and promotional service.

In 2000-01, Telefilm entered 750 Canadian works in 65 international festivals, where they garnered 35 highly prized awards. The Corporation facilitated the selection process for the programmers of several important festivals, including Cannes, Venice, Clermont-Ferrand and Biarritz, by hosting them in Montréal and organizing the pre-selection of more than 400 Canadian films, television programs and videos.

With Telefilm's support, 62 prominent filmmakers were able to participate in major festivals, directly helping to promote their works. Among them were Léa Pool (*Lost and Delirious*), Gary Burns (*waydowntown*), Denis Villeneuve (*Maelström*) and Clement Virgo (*Love Come Down*).

European Office in Paris

The Paris office ensures the Corporation's active presence in Europe and contributes effectively to developing Canada's international partnerships.

In 2000-01, the office helped organize the David Cronenberg retrospective in Paris and attended important meetings, such as the Coproduction Documentary Forum in Israel, the Conference for Large Format Animation Films in Paris, the Amsterdam Documentary Forum a nd the annual Ibero-American Meeting in Madrid, while maintaining contact with European associations and representatives of Media and Eurimages, European Union and Council of Europe programs.

The Paris office organized the sixth immersion program for Canadian professionals in London, this one dealing with feature films. These workshops have been model public-private partnerships from the outset, with half the funding coming from the Canadian and British private sectors. Close to 45 Canadian producers, distributors and representatives of broadcasting organizations participated in the weeklong event, which involved key players from the British film industry. With Great Britain currently revising its feature film support system, this was a particularly strategic meeting for Canada's industry.

The office also publishes *Zoom International*, a monthly newsletter distributed to 400 Canadian professionals, guides on different countries, various dossiers and lists of potential coproducers, all of which help Canadian producers in every region of the country to shape more effective international development strategies.

Valuable International Connections

Europe

Coproduction with France remains abundant and fruitful. In accordance with the decision made at the January 2000 Canada-France mixed commission held in Montréal, two technical commissions were held in France in spring 2000. The delegations there expressed a shared desire to revive and promote the development mini-treaties and the twinning of French-language drama projects. The delegates further agreed on the need for more efficient compilation of data on coproduction distribution, including television sales.

Along with France, the United Kingdom is Canada's most important coproduction partner. Since 1997, the number of Canada-UK television and film coproductions has grown steadily. The coproduction agreement with the United Kingdom, signed in 1975 and revised in 1985 and 1991, was updated at a Canada-UK mixed commission held in London in November 2000. The aim of this strategic meeting was to identify ways to encourage lasting partnerships among producers and distributors from both countries. It is planned that a working group will monitor the administrative aspects of the agreement.

The 2000 Banff Television Festival, which featured a Focus on Germany, was the scene of intensive working sessions involving Canadian and German producers. Since the last mixed commission, held in Halifax in 1998 for the purpose of expanding the agreement to include the television sector, some 20 projects have been coproduced with Germany, making it an important partner for Canada's industry. Participants unanimously reiterated a wish for more regularly scheduled meetings, each focusing specifically on a different production genre (drama, documentary, animation, feature films) in order to facilitate cooperation between the two countries.

Asia–Pacific

Through its Asia-Pacific program, Telefilm seeks to consolidate audiovisual relations with a market that is progressively opening up to Canadian culture. A number of events served to make strides in that direction this year.

Several coproduction projects were conceived further to the coproduction agreement signed between Canada and Singapore in 1998. In 2000, professionals from the two countries established productive contacts at the Banff Television Festival and pursued them at the Asia Television Forum in Singapore. Singapore is strongly committed to the new media sector and has invited the collaboration of Canadian producers.

Relations with China continue to expand, as illustrated in recent years by some 20 projects with that country; this includes Hong Kong, with which Canada has a coproduction agreement. Since 1998, a Canada-China advisory committee has encouraged coproduction development and an increase in Canadian television program and film exports to China.

In February 2001, François Macerola and a group of Canadian producers embarked on a Team Canada trade mission to China led by Prime Minister Jean Chrétien. The mission took them to Beijing, Shanghai and Hong Kong and enabled the Canadian delegation to meet government agency officials and key players from the Chinese broadcasting and production industries. Agreements were signed for several major projects, and the coproduction agreement has found renewed vigour.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Zacharias Kunuk, director, *Atanarjuat*
"I wanted to film my father out hunting. The stories he told me were so fascinating that I simply had to preserve images of him in action. Above all, I made this film to transmit this legendary story to my children, just as it has been transmitted to us down through the generations." *La Presse*, May 2001

Norman Cohn, coproducer, *Atanarjuat*
"The Inuit use television in an original way and they know how to tell a story without turning it into a lesson. Igloolik Isuma Productions was created to make television programs and films whose basic principles are respect for cultural identity and the production of professional films centred on the community." *La Presse*, March 2001

"[The movie is] mostly a Shakespearean love story, with the tension between families spilling over into a violation because there's something wrong in their culture. The culture has broken down. And when things are going wrong, people behave badly. This is about the effort to fix it or die out. It's a very moral story." *Toronto Star*, May 2001

Philippe Baylaucq, *Les Couleurs du sang*
"Film is a complete art form, lacking only the sense of touch. The multiple formats – B/W and colour, Super 8, 35 mm, 16 mm and 8 mm film, plus video – bear witness to my grandfather's life, to be sure, but also to the evolution of technology throughout the century. The digital camera I used for my documentary brought that evolution full circle." *Le Devoir*, March 2001

Jean Beaudin, *Willie*
"It's not always the facts that are most revealing. Our approach was to develop the true essence of the character. We went inside the character of Willie Lamothe. We tried to illustrate the most generous and the most mean-spirited sides of men and women. They go hand in hand, by the way. To be brave, it is sometimes necessary to have been a coward. That was also part of what we also tried to show – that to be great, you sometimes have to be small-minded." *Le Journal de Montréal*, October 2000

Louis Bélanger (co-director), *Lauzon Lauzonne*
"I agreed to work on the project because I liked Isabelle [Hébert]'s script. It opened the door to Lauzon's universe. It went right to the heart of creation, love, fear and madness: all universal themes." *Le Soleil*, March 2001

Bertrand Bonello, *Le Pornographe*
"Pornography let me express my ideas about cinema, politics and lies. It was only when I was editing that I realized it was possible to replace 'pornography' by 'cinema d'auteur' – personal film', which is also marginal and small-scale." *La Presse*, May 2001

Lois Brown (co-director), *The Bingo Robbers*
"We wanted to show two people that, no matter what kind of desperate situation they're in, they wouldn't stop arguing with each other or debating their anxieties. These two characters have kind of found each other. They're two people who allow each other to speak, no matter how ridiculous." *The Telegram*, September 2000

Gary Burns, *waydowntown*
"It all started about two years ago. There was a November 15 deadline for Telefilm submissions, so I knocked off a paragraph on this idea about the Plus 15s [interconnected walkways in a Calgary mall called Plus 15s because they are more than 15 feet above street level], which I've always felt destroyed the downtown of Calgary."
The Globe and Mail, November 2000

"I started with the character of Tom – he was the one who would have to quit or move on. From there, I made a list of characters. You know, this guy's the sleazeball, this guy's the corporate asshole, this one's the office gal. I don't know that much about corporate culture, but people are pretty much the same whether they work in an office or haul gravel." *Vancouver Sun*, September 2000

Denis Chouinard, *Tar Angel (L'Ange de goudron)*
"I was interested in giving a voice to people that you don't hear from all that often in films and in the media." *The Gazette*, February 2001

"We have to enrich our lives through the history and culture of others. Otherwise, we are going to become more and more isolated, and we will suffocate in our solitude." *La Presse*, March 2001

Rock Demers (producer), *Tales for All*
"The passage from childhood to adulthood is a turning point in life. It's at this age that we choose the values that will follow us throughout our lives. Why not provide children with some food for thought via the big screen?" *Le Soleil*, September 2000

Alain DesRochers, *La Bouteille*
"My main objective with *La Bouteille* is simply to make people think about the fact that we all have to stop at one time or another to ask ourselves whether we have fulfilled our dreams, our goals. Are we the people we wanted to be? Have we done what we wanted to do? Have we reached the point we wanted to reach?"
Le Journal de Montréal, October 2000

Zacharias Kunuk, director, *Atanarjuat*
"I wanted to film my father out hunting. The stories he told me were so fascinating that I simply had to preserve images of him in action. Above all, I made this film to transmit this legendary story to my children, just as it has been transmitted to us down through the generations." *La Presse*, May 2001

Norman Cohn, coproducer, *Atanarjuat*
"The Inuit use television in an original way and they know how to tell a story without turning it into a lesson. Igloolik Isuma Productions was created to make television programs and films whose basic principles are respect for cultural identity and the production of professional films centred on the community." *La Presse*, March 2001

"[The movie is] mostly a Shakespearean love story, with the tension between families spilling over into a violation because there's something wrong in their culture. The culture has broken down. And when things are going wrong, people behave badly. This is about the effort to fix it or die out. It's a very moral story." *Toronto Star*, May 2001

Philippe Baylaucq, *Les Couleurs du sang*
"Film is a complete art form, lacking only the sense of touch. The multiple formats – B/W and colour, Super 8, 35 mm, 16 mm and 8 mm film, plus video – bear witness to my grandfather's life, to be sure, but also to the evolution of technology throughout the century. The digital camera I used for my documentary brought that evolution full circle." *Le Devoir*, March 2001

Jean Beaudin, *Willie*
"It's not always the facts that are most revealing. Our approach was to develop the true essence of the character. We went inside the character of Willie Lamothe. We tried to illustrate the most generous and the most mean-spirited sides of men and women. They go hand in hand, by the way. To be brave, it is sometimes necessary to have been a coward. That was also part of what we also tried to show – that to be great, you sometimes have to be small-minded." *Le Journal de Montréal*, October 2000

WILLIE
Productions Avanti Ciné Vidéo

Louis Bélanger (co-director), *Lauzon Lauzonne*
"I agreed to work on the project because I liked Isabelle [Hébert]'s script. It opened the door to Lauzon's universe. It went right to the heart of creation, love, fear and madness: all universal themes." *Le Soleil*, March 2001

Bertrand Bonello, *Le Pornographe*
"Pornography let me express my ideas about cinema, politics and lies. It was only when I was editing that I realized it was possible to replace 'pornography' by '*cinema d'auteur* – personal film', which is also marginal and small-scale." *La Presse*, May 2001

Lois Brown (co-director), *The Bingo Robbers*
"We wanted to show two people that, no matter what kind of desperate situation they're in, they wouldn't stop arguing with each other or debating their anxieties. These two characters have kind of found each other. They're two people who allow each other to speak, no matter how ridiculous." *The Telegram*, September 2000

Gary Burns, *waydowntown*
"It all started about two years ago. There was a November 15 deadline for Telefilm submissions, so I knocked off a paragraph on this idea about the Plus 15s [interconnected walkways in a Calgary mall called Plus 15s because they are more than 15 feet above street level], which I've always felt destroyed the downtown of Calgary."
The Globe and Mail, November 2000

"I started with the character of Tom – he was the one who would have to quit or move on. From there, I made a list of characters. You know, this guy's the sleazeball, this guy's the corporate asshole, this one's the office gal. I don't know that much about corporate culture, but people are pretty much the same whether they work in an office or haul gravel." *Vancouver Sun*, September 2000

Denis Chouinard, *Tar Angel (L'Ange de goudron)*
"I was interested in giving a voice to people that you don't hear from all that often in films and in the media." *The Gazette*, February 2001

"We have to enrich our lives through the history and culture of others. Otherwise, we are going to become more and more isolated, and we will suffocate in our solitude." *La Presse*, March 2001

Rock Demers (producer), *Tales for All*
"The passage from childhood to adulthood is a turning point in life. It's at this age that we choose the values that will follow us throughout our lives. Why not provide children with some food for thought via the big screen?" *Le Soleil*, September 2000

Alain DesRochers, *La Bouteille*
"My main objective with *La Bouteille* is simply to make people think about the fact that we all have to stop at one time or another to ask ourselves whether we have fulfilled our dreams, our goals. Are we the people we wanted to be? Have we done what we wanted to do? Have we reached the point we wanted to reach?"
Le Journal de Montréal, October 2000

Bernard Émond, *La Femme qui boit*
"We need films that talk about serious problems, films that get to the heart of the matter. Personally, I wanted to explore the depths of despair, and that's what I did." *Le Droit*, March 2001

"This film is intended primarily for my compatriots and I am the first to be surprised by its presence [at Cannes]. That proves, though, that you don't have to deliberately set out to make a film 'international' for it to interest foreign audiences." *La Presse*, May 2001

Philippe Falardeau, *The Left Side of the Fridge (La Moitié gauche du frigo)*
"Three years ago, I would have said that it was important to make a serious, committed film about a specific social issue – unemployment. I had a mission. As the project advanced, however, I realized that filmmaking involves telling stories through characters, and that I had to search for my story in their lives." *Le Devoir*, November 2000

"A feature film isn't about ideas. It's about characters and dramatic situations. The question of work is part of my canvas, but there have to be human beings at the centre. You can make mistakes with editing or continuity or anything else and the audience will forgive you. But make a mistake with casting, and you will kill the film." *The Globe and Mail*, March 2001

John Fawcett, *Ginger Snaps*
"When you are thinking of attempting a horror film, one of the first questions you ask yourself is 'What scares you?' To me [it] is the notion that something could get into your body and infect you, something you don't have any control over, something internal you can't actually monitor or see. I certainly would like to see Canadian films head toward slightly more commercial ends. I think, ultimately, trying not to compete with the Americans is a bad idea." *National Post*, May 2001

John Greyson, *The Law of Enclosures* (adaptation of a novel by Dale Peck)
"The exercise was not about figuring out the story, because it was already there. It was about telling it best." *Take One*, Autumn 2000

"The hook of it for me was this time trick [they are all stuck in 1991, with the Gulf War playing endlessly, if not always clearly, on television], which seemed to me to be a very original metaphor about how couples get stuck, how people get stuck. I think that appeals to everybody." *National Post*, March 2001

Sturla Gunnarsson, *Scorn*
"I think it's a good film for people to watch with their kids. There was a sort of 'boy's own world' kind of feeling with them. If you couldn't hear what they were talking about, it would all look so sweet and innocent. There was a kind of unreality about what they were doing." *The Gazette*, March 2001

Michel Jetté, *Hochelaga*
"When I first started writing the script, it was about a quest for identity and a sense of belonging. With time, that became an underlying part of the story like its ground water. As it evolved, I realized that it was more of a story about manipulation, confusion and chaos, and also about how, when you enter a world of power and you are at the bottom of the pyramid, you cannot always clearly understand what's at stake." *The Gazette*, September 2000

Robert Lepage, *Possible Worlds*
"My interest lies in making moviegoers think, in forcing them to put the pieces of the puzzle together themselves. Filmmakers cannot avoid reflecting contemporary values and issues. Even though *Possible Worlds* is basically a simple love story, it deals with the multitude of choices that society is faced with today." *Le Journal de Montréal*, September 2000

André Melançon, *Asbestos*
"I want viewers to feel the dignity and solidarity of the workers' movement. Workers were subject to inhumane working conditions marked by disease and starvation wages." *La Presse*, March 2001

George Mihalka, *Dr. Lucille*
"I read the script, and what I found was this incredible visual poetry which all of a sudden made the life that this woman lived so uplifting. With Rob [Forsyth]'s script, I was looking at the picture from the right end of the telescope. It was a movie about generosity of spirit, about dignity, about the nobility of the human animal." *Take One*, Spring 2000

Allan Moyle, *New Waterford Girl*
"These projects come in over the transom in a weird way. They find me. In fact, *New Waterford Girl* arrived in my hands on a day when I was in the mood to get out of L.A. I thought it was a sign. I'm a Pisces. I believe in signs." *Take One*, Spring 2000

Michael Parker, *Lunch with Charles*
"The two couples are kind of reflective of where I am creatively. What has been amazing is the five-year writing process and the evolution of that and seeing how it's gone from paper to unfolding before my eyes. We had dinner with the cast and there was this bizarre feeling of these characters coming off the page and to the table. So it has taken on a life of its own."
Reel West Magazine, October-November 2000

Jeremy Podeswa, *The Five Senses*
"In a way, *The Five Senses* is about following your heart and not your head, or more simply about trusting in life and love. We live in a cynical age, but the natural senses pre-date urbanity, ennui, jadedness. The senses are elemental, and in connecting us to the world, they connect us to others. The idea of people finding love where they didn't expect to find it, or finding some kind of human connection was an inspiration." *Hollywood@home*, December 2000

Léa Pool, *Lost and Delirious*
"This project led me from one surprise to another. Even though this is the first time I've directed a film from a script I didn't write, *Lost and Delirious* resembles me a great deal. I would even go so far as to say it is very close to me, closer than I first believed." *La Presse*, December 2000

Gildor Roy (actor), *K2* by Gabriel Pelletier
"Chabot's [one of the characters] leitmotiv is 'Love is stronger than anything else'."
Le Journal de Montréal, November 2000

John N. Smith, *Random Passage*
"We made a big decision to do everything on location, not to do any studio work and to actually build a living community in an isolated inlet in the shores of Newfoundland. This is one of the most extraordinary film experiences in my life."
Playback International, Autumn 2000

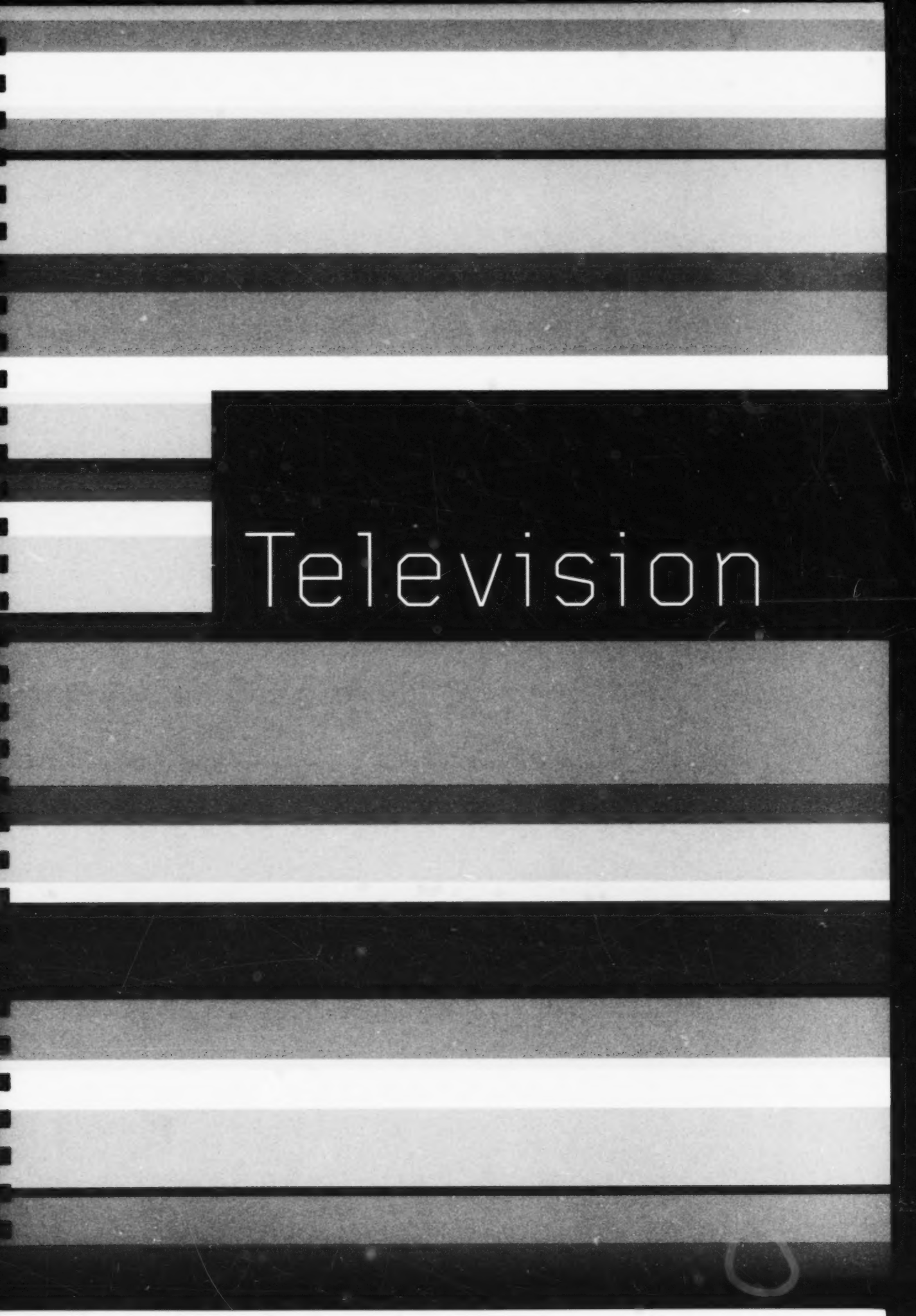
Denis Villeneuve, *Maelström*
"For North Americans, death is a taboo subject. It's strange: I think we should be closer to death, and celebrate it. It should be more a part of life. Perhaps I feel this way because I have kids. The moment I had a child, I felt death was closer to me. Being a father gave me a feeling of serenity toward it." *The Gazette*, September 2000

"I have a vast world to explore. It's unbelievable, all the work that's waiting for me." *La Presse*, February 2001

Clement Virgo, *Love Come Down*
"I want to create characters that are flesh and blood. I want to understand and know their fears and what makes them tick. That's what I'm interested in, black or white."
Take One, Autumn 2000

"It's good to see that the Academy [of Canadian Cinema and Television] and the members are mixing it up a little bit. It shows that the cultural experience of Canada is working. It's wonderful to be recognized as a filmmaker and as a black Canadian." *Toronto Star*, December 2000

"As a filmmaker, I'm always going to explore my soul. That's why my first film was called *Save My Lost Nigga Soul*. I'm always trying to discover a way to 'be' in this world. John Cassavetes said that the only thing really worth making a film about is love. I think he's right."
Toronto Sun, March 2001


Television

Canadian Television Fund
Equity Investment Program
Projects contracted – Production, scriptwriting and development

	Number of Projects	Total Budgets [b]	Telefilm Canada	Linguistic Breakdown
FRENCH				
Production	84	139,053	30,898	
Amendments – production [c]	–	–	-194	
SUBTOTAL	84	139,053	30,705	
Scriptwriting and development	63	3,899	1,288	
Amendments – development [c]	–	–	46	
SUBTOTAL	63	3,899	1,334	
SUBTOTAL – FRENCH	**147**	**142,952**	**32,039**	**32.3**
ENGLISH				
Production	157	332,394	62,381	
Amendments – production [c]	–	–	-84	
SUBTOTAL	157	332,394	62,297	
Scriptwriting and development	136	6,407	2,397	
Amendments – development [c]	–	–	67	
SUBTOTAL	136	6,407	2,463	
SUBTOTAL – ENGLISH	**293**	**338,801**	**64,760**	**65.2**
ABORIGINAL LANGUAGES				
Production	15	6,503	2,278	
Amendments – development [c]	–	–	-6	
SUBTOTAL	15	6,503	2,271	
Scriptwriting and development	14	580	229	
Amendments – development [c]	–	–	–	
SUBTOTAL	14	580	229	
SUBTOTAL – ABORIGINAL LANGUAGES	**29**	**7,083**	**2,500**	**2.5**
TOTAL	**469**	**488,837**	**99,299**	**100.0**

[a] Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.
[b] Includes total coproduction budgets.
[c] The amendments include decreases in commitments from previous years.

Canadian Television Fund

Equity Investment Program

The Canadian Television Fund (CTF) is a public-private partnership initiative launched in 1996 by the Canadian government and the Canadian cable industry. The Fund comprises two programs, the Licence Fee Program (LFP) administered by the CTF and the Equity Investment Program (EIP) administered par Telefilm Canada.

The CTF provides essential financing for Canada's film and television production industry. For creators, producers, distributors, exporters and broadcasters alike, the CTF is a leading partner. In the space of five years, the Fund has made possible the broadcast of more than 10,000 hours of original Canadian television, including drama, documentaries, children's programs, variety programs and feature films.

Thanks to the CTF, the public has access – in prime-time, throughout the country, on a wide variety of public and private networks and specialty services – to hundreds of high-quality shows.

To carry out this year's projects, Canadian producers put together total budgets of $488.8 million, nearly half a billion dollars. This amount includes the foreign share of coproductions in which Canada is a minority partner: $22.8 million.

New Record: 1,077.6 Hours of Canadian Production on Canadian Screens

Record production translated into more Canadian stories and images on Canadian screens, in all 1,077.6 hours, an increase of more than 20%, compared to 1999-00. The increase was seen in several program categories: drama, children's programs and documentaries. It should be noted that these results include the broadcast hours of feature films supported by the CTF.

Breakdown of Commitments: Drama, Documentaries, Children's Programs and Variety Shows

In terms of broadcast categories (excluding Aboriginal production and feature films), 64% of EIP investments

CTF Equity Investment Program

The CTF's Equity Investment Program budget is approximately $100 million. The EIP has a broad mandate, providing support for film and television production and for the development and writing of new broadcast projects.

The EIP further administers the $2.5-million CTF envelope earmarked for the development and production of projects in Aboriginal languages.

Record Activity: 469 Production and Development Projects

Fiscal 2000-01 saw a bumper crop for the Equity Investment Program, attesting to the vitality and creativity of a rapidly growing industry.

The EIP supported a record 469 projects, up 46% from four years ago. One of the EIP's goals is to ensure the creation of projects that are widely varied in terms of category, budget, subject matter and regional origin. These projects reflect Canada's many rich sources of inspiration and allow numerous screenwriters and directors to express their perspective.

BLUE MURDER
Barna-Alper Productions
North Bend Film Company

SCREECH OWLS
Shaftesbury Films

LA FIANCEE DE LA VIE
Les Productions de la Chasse Galerie

went to drama, 21% to documentaries, 13% to children's programs and 2% to variety and performing arts programs. These very different program categories provide an impressive cultural panorama.

The documentary industry turned in an outstanding performance this year, as a result of new broadcast windows opening up at home and abroad. In all, 151 documentaries were produced, shooting up from 110 the previous year. Total documentary production hours rose by some 40%.

Children's program production maintained its recent-year level and continued to deliver impressive diversity and quality. This sector is especially remarkable for its international coproductions and exports.

Investments remained stable in the variety and performing arts sector, as well, with programs illustrating Canada's arts and artistic talent in many different ways.

Production: A Vast Network of Financial Partnerships

Multiple Canadian, foreign, public and private financing sources contributed to this year's productions.

The EIP's contribution, representing 21% of the budgets, once again provided crucial leverage. The per-project amount was lower than in past years, thus freeing up financial resources that enabled the Program to support more projects than ever before.

The Analysis of Financial Participation table indicates that other Telefilm Canada funds, as well as the CTF Licence Fee Program, helped to finance this year's projects. All told, Telefilm and the Canadian Television Fund provided 36.8% of the budgeted costs.

Broadcaster participation continues to grow, rising progressively from 17.8% in 1997-98 to 23.3% in 2000-01. This year's increase was of particular benefit to drama and documentaries. The EIP allocated 34% of its resources to projects destined for CBC/Radio-Canada and 66% to projects for other broadcasters.

Geographic Breakdown of Projects

According to the location of the companies with which the Corporation signed production contracts through the CTF – Equity Investment Program

Location	Number of Projects*	Hours of Production	Budgets** In thousands of dollars	Telefilm Canada Contribution In thousands of dollars	Telefilm Canada Contribution %
Montréal	83	490.5	150,188	**35,084**	**23**
Toronto	52	232.8	118,246	**24,100**	**20**
SUBTOTAL	135	723.3	268,434	**59,184**	**22**
British Columbia	45	137.3	85,692	**14,645**	**17**
Alberta	11	27.5	19,264	**5,090**	**26**
Saskatchewan	12	33.5	16,114	**3,369**	**21**
Manitoba	11	33.5	8,254	**1,991**	**24**
Northern Region	3	8.0	1,030	**425**	**41**
Ontario (excluding Toronto)	7	37.5	4,982	**1,449**	**29**
Quebec (excluding Montréal)	6	13.0	1,877	**421**	**22**
New Brunswick	4	8.0	1,513	**235**	**16**
Nova Scotia	14	34.5	19,745	**4,442**	**22**
Prince Edward Island	2	8.0	5,056	**795**	**16**
Newfoundland	6	13.5	23,209	**3,512**	**15**
SUBTOTAL	121	354.3	186,736	**36,373**	**19**
TOTAL	256	1,077.6	455,170	**95,557**	**21**

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.
** Does not include the foreign share ($22,781,198) of coproduction budgets in which Canada is an equal or minority partner.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Also of note is an increase in private-sector participation, which rose from a 9.7% share of the budgets in 1999-00 to 12.1% in 2000-01. There was a marked increase in producer and producer-related investments in English-language drama and documentaries.

The contribution of federal and provincial financing agencies remains crucial to television creation, both in the form of tax credits, which accounted for 80% of their support, and through investments. This year, the Newfoundland, Nova Scotia and Alberta financing agencies increased their participation, contributing to a production boom in these provinces.

Production in Aboriginal Languages

To encourage Aboriginal-language production, which has particular development conditions, the Canadian Television Fund exercises flexibility with regard to its investment percentage, broadcast rights, airing schedules and the hiring of trainees.

In 2000-01, 15 Aboriginal productions were funded through the special CTF envelope administered by the Equity Investment Program: eight from the Western and Northern region, five from Quebec and two from Ontario. They tell their stories in eight Aboriginal languages, including Inuktitut in nearly half the productions.

Production budgets rose sharply, averaging $430,000 in 2000-01 compared to $270,000 the previous year. Three projects had budgets of less than $200,000; eight, between $200,000 and $500,000; three, between $500,000 and $1 million; and one, *Stories From the Seventh Fire: Spring, Summer*, was budgeted at more than $1 million.

Aboriginal producers diversified their financing sources. On average, the EIP contribution represents 35% of their budgets this year, significantly down from 45% in 1999-00. Individual project contributions range from 7.6% to 63.6%. Of note: three of the projects are coproductions involving more than one Canadian region.

The Aboriginal Peoples Television Network is associated with all of the Aboriginal-language productions, eight of them in conjunction with other broadcasters such as Channel 24 Igloolik, TFO, SCN, CTV Network (Baton), Vision TV and CLC.

The EIP supported an additional 14 Aboriginal-language development and screenwriting projects, investing in the industry's future.

Lastly, due to the many coproductions supported this year, the contribution of international partners soared to a stunning $52.5 million. This includes the foreign share of coproductions in which Canada is a minority partner.

Regional Breakdown: 38% of Investments Outside Montréal and Toronto

One of the CTF's major objectives is to stimulate regional production so that Canadian television reflects the diversity of Canadian society. In this respect, the EIP can say, "Mission accomplished!"

This year's EIP commitments break down as follows (these percentages include production and development, television programs and feature films):

- 37% to projects from Montréal
- 25% to projects from Toronto
- 26% to projects from the Western and Northern region
- 10% to projects from the Atlantic region
- 2% to projects from Quebec and Ontario cities other than Montréal and Toronto

Support for regional production (originating in cities other than Montréal and Toronto) was very high this year, accounting for 38% of the Program's investments, compared to 36% in 1999-00 and 29% in 1998-99.

Linguistic Breakdown of Projects

Production, scriptwriting, development and amendments

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	38,241	31.8	35,410	36.8	35,672	34.0	30,404	31.5	32,039	32.3	**171,766**	**33.2**
ENGLISH	82,183	68.2	59,892	62.2	68,235	65.0	64,128	66.4	64,760	65.2	**339,198**	**65.6**
ABORIGINAL LANGUAGES	0	0.0	1,000	1.0	1,000	1.0	1,998	2.1	2,500	2.5	**6,498**	**1.3**
TOTAL	120,424	100.0	96,302	100.0	104,907	100.0	96,530	100.0	99,299	100.0	**517,462**	**100.0**

Also of note is an increase in private-sector participation, which rose from a 9.7% share of the budgets in 1999-00 to 12.1% in 2000-01. There was a marked increase in producer and producer-related investments in English-language drama and documentaries.

The contribution of federal and provincial financing agencies remains crucial to television creation, both in the form of tax credits, which accounted for 80% of their support, and through investments. This year, the Newfoundland, Nova Scotia and Alberta financing agencies increased their participation, contributing to a production boom in these provinces.

Production in Aboriginal Languages

To encourage Aboriginal-language production, which has particular development conditions, the Canadian Television Fund exercises flexibility with regard to its investment percentage, broadcast rights, airing schedules and the hiring of trainees.

In 2000-01, 15 Aboriginal productions were funded through the special CTF envelope administered by the Equity Investment Program: eight from the Western and Northern region, five from Quebec and two from Ontario. They tell their stories in eight Aboriginal languages, including Inuktitut in nearly half the productions.

Production budgets rose sharply, averaging $430,000 in 2000-01 compared to $270,000 the previous year. Three projects had budgets of less than $200,000; eight, between $200,000 and $500,000; three, between $500,000 and $1 million; and one, *Stories From the Seventh Fire: Spring, Summer*, was budgeted at more than $1 million.

Aboriginal producers diversified their financing sources. On average, the EIP contribution represents 35% of their budgets this year, significantly down from 45% in 1999-00. Individual project contributions range from 7.6% to 63.6%. Of note: three of the projects are coproductions involving more than one Canadian region.

The Aboriginal Peoples Television Network is associated with all of the Aboriginal-language productions, eight of them in conjunction with other broadcasters such as Channel 24 Igloolik, TFO, SCN, CTV Network (Baton), Vision TV and CLC.

The EIP supported an additional 14 Aboriginal-language development and screenwriting projects, investing in the industry's future.

Lastly, due to the many coproductions supported this year, the contribution of international partners soared to a stunning $52.5 million. This includes the foreign share of coproductions in which Canada is a minority partner.

Regional Breakdown: 38% of Investments Outside Montréal and Toronto

One of the CTF's major objectives is to stimulate regional production so that Canadian television reflects the diversity of Canadian society. In this respect, the EIP can say, "Mission accomplished!"

This year's EIP commitments break down as follows (these percentages include production and development, television programs and feature films):

- 37% to projects from Montréal
- 25% to projects from Toronto
- 26% to projects from the Western and Northern region
- 10% to projects from the Atlantic region
- 2% to projects from Quebec and Ontario cities other than Montréal and Toronto

Support for regional production (originating in cities other than Montréal and Toronto) was very high this year, accounting for 38% of the Program's investments, compared to 36% in 1999-00 and 29% in 1998-99.

Linguistic Breakdown of Projects

Production, scriptwriting, development and amendments

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
	Investments ($)	Share (%)	Investments ($)	Share (%)	Investments ($)	Share (%)	Investments ($)	Share (%)	Investments ($)	Share (%)	Investments ($)	Share (%)
FRENCH	38,241	31.8	35,410	36.8	35,672	34.0	30,404	31.5	32,039	32.3	171,766	33.2
ENGLISH	82,183	68.2	59,892	62.2	69,235	65.0	64,128	66.4	64,760	65.2	339,198	65.6
ABORIGINAL LANGUAGES	0	0.0	1,000	1.0	1,000	1.0	1,998	2.1	2,500	2.5	6,498	1.3
TOTAL	120,424	100.0	96,302	100.0	104,907	100.0	96,530	100.0	99,299	100.0	517,462	100.0

The industry in the Prairie and Atlantic provinces was particularly active, undertaking a number of major projects. The greatest increase in activity was seen in Alberta, Saskatchewan and Newfoundland.

Linguistic Breakdown of Commitments

In accordance with its mandate, the EIP is obliged to provide equitable support for production in English, French and Aboriginal languages.

In 2000-01, the linguistic breakdown was as follows: 65.2% of EIP commitments went to English-language production, 32.3% to French-language production and 2.5% to production in Aboriginal languages.

During the year, the EIP allocated $8.1 million to 44 production and development projects from production companies in linguistic minority situations. Twenty-six projects made in English in Montréal received a total of $6.3 million, while 18 projects in French from Ontario and New Brunswick received $1.8 million.

Feature Films: Nine Production Projects

The EIP administers half of the CTF feature film envelope, $7.5 million. In 2000-01, the Equity Investment Program funded the production of nine new feature films, four of which were made in French in Montreal: *L'Amant de ma mère* by Louis Choquette, *Champion* by Sylvain Chomet, *Le Collectionneur* by Jean Beaudin and *Mariages* by Catherine Martin. Five feature films were made in English: *Last Wedding* by Bruce Sweeney and *Lola* by Carl Bessai, produced in Vancouver, *Almost America* by Andrea and Antonio Frazzi, produced in Calgary.

Analysis of Financial Participation

Production only – New projects contracted

Categories	Number of Projects	Hours of Production	Total Budgets	Budgets	CTF – Equity Investment Program		Feature Film Fund		Telefilm Canada Other Funds (PRSP)	
FRENCH										
Drama	17	144.0	72,227	**72,227**	18,089	25.0	–	0.0	109	0.2
Variety	6	16.5	3,668	**3,668**	1,068	29.1	–	0.0	–	0.0
Children	10	222.3	20,039	**20,039**	3,267	16.3	–	0.0	–	0.0
Documentary	47	101.9	25,677	**23,821**	5,949	25.0	–	0.0	9	0.0
Feature Film	4	6.3	17,442	**12,178**	2,525	20.7	–	0.0	300	2.5
SUBTOTAL	84	490.9	139,053	**131,932**	30,898	23.4	0	0.0	418	0.3
ENGLISH										
Drama	32	225.0	205,949	**205,949**	37,151	18.0	–	0.0	157	0.1
Variety	5	4.0	2,568	**2,021**	631	31.2	–	0.0	–	0.0
Children	11	64.8	46,548	**40,886**	7,776	19.0	–	0.0	130	0.3
Documentary	104	219.8	53,170	**53,170**	11,883	22.4	–	0.0	234	0.4
Feature Film	5	3.2	24,158	**14,708**	4,930	33.5	850	5.8	–	0.0
SUBTOTAL	157	521.7	332,394	**316,734**	62,381	19.7	850	0.3	522	0.2
ABORIGINAL LANGUAGES	15	65.0	6,503	**6,503**	2,278	35.0	0	0.0	0	0.0
TOTAL	256	1,077.6	477,951	**455,170**	95,557	21.0	850	0.2	940	0.2

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share ($22,781,198) of coproduction budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

Rare Birds by Sturla Gunnarsson, produced in St. John's, Newfoundland, and *A Wilderness Station* by Anne Wheeler, produced in Montréal.

In addition to its participation through the CTF, Telefilm Canada assisted the film industry through the Feature Film Fund – then in its final year; now replaced by the Canada Feature Film Fund – the Regular Fund, which mainly finances low budget projects, and the two programs of the new Canada Feature Film Fund operating in 2000-01: the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program.

In all, Telefilm Canada supported 64 feature film productions and 173 other feature film projects in development.

Coproduction Growth

In 2000-01, the EIP participated in the financing of 22 coproductions (20 television programs and 2 feature films, *Champion* and *Almost America*), investing a total of $13.4 million. Fifteen of these works are majority Canadian coproductions; seven are minority Canadian. Their budgets total $119 million. The Canadian share is $75 million, of which the EIP provided 18%.

This is a marked increase over the previous year, when the EIP allocated $4.3 million to 14 coproductions with total budgets of $43.7 million.

Development: More Screenwriting Projects

In keeping with its mandate to foster new programming for Canadian television, the EIP supported a record number of development and screenwriting projects this year: 213 compared to 180 and 204 in the two previous years. The EIP was a major partner for producers at this stage, contributing 36% of the budgets, up from 35% in 1999-00.

CTF – License Fee Program		Broadcasters		Private Sector		Distributors		Other Government Sources		Foreign Participants	
	%		%		%		%		%		%
14,046	19.4	21,712	30.1	2,091	2.9	270	0.4	15,814	21.9	96	0.1
486	13.2	1,077	29.4	203	5.5	22	0.6	811	22.1	–	0.0
3,691	18.4	7,537	37.6	958	4.8	–	0.0	4,586	22.9	–	0.0
3,937	16.5	5,881	24.7	1,174	4.9	80	0.3	6,355	26.7	437	1.8
900	7.4	547	4.5	891	7.3	915	7.5	4,861	39.9	1,238	10.2
23,059	17.5	36,754	27.9	5,318	4.0	1,287	1.0	32,427	24.6	1,771	1.3
33,392	16.2	43,389	21.1	31,564	15.3	14,100	6.8	25,378	12.3	20,818	10.1
356	17.6	491	24.3	349	17.3	56	2.7	138	6.8	–	0.0
5,498	13.4	7,286	17.8	6,200	15.2	3,837	9.4	4,431	10.8	5,728	14.0
6,489	12.2	15,842	29.8	7,933	14.9	1,018	1.9	8,415	15.8	1,346	2.5
1,230	8.4	828	5.6	1,913	13.0	2,405	16.4	2,552	17.3	–	0.0
46,965	14.8	67,836	21.4	47,959	15.1	21,415	6.8	40,915	12.9	27,891	8.8
0	0.0	1,426	21.9	1,874	28.8	0	0.0	926	14.2	0	0.0
70,025	15.4	106,016	23.3	55,151	12.1	22,701	5.0	74,268	16.3	29,663	6.5

The EIP allocated 61% of its development commitments to projects in English, 33% to projects in French and 6% to projects in Aboriginal languages.

Of those commitments, 52% went to drama programs, 36% to documentaries, 10% to children's programs and 2% to variety programs.

These projects were conceived in all the Canadian regions, and they attest to the many regional sources of inspiration and interests: 19.5% of the EIP commitments went to the Western and Northern region, 12% to the Atlantic region, 34% to Montréal, 31% to Toronto, and 3.5% to Quebec and Ontario cities other than Montréal and Toronto.

Broadcasters

Financial participation – Production only

Categories		Total					Public Sector				
			CBC/ CBC – Regional	CBC Newsworld	RDI	SRC/ SRC – Regional	Total		Tele-Québec	TVOntario/ TFO	Access, Knowledge, SCN and others
	(in thousands of dollars)	(%)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)	(%)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)
FRENCH											
Drama	**21,712**	**30.1**	–	–	–	12,702	12,702	17.6	213	400	–
Variety	**1,077**	**29.4**	50	–	–	622	672	18.3	68	191	–
Children	**7,537**	**37.6**	–	–	–	1,397	1,397	7.0	3,646	245	–
Documentary	**5,881**	**24.7**	176	–	62	1,364	1,602	6.7	1,792	667	4
Feature Film	**547**	**4.5**	–	–	–	100	100	0.8	–	–	–
SUBTOTAL	**36,754**	**27.9**	226	0	62	16,185	16,473	12.5	5,718	1,503	4
ENGLISH											
Drama	**43,389**	**21.1**	14,328	–	–	400	14,728	7.2	–	–	–
Variety	**491**	**24.3**	354	–	–	–	354	17.5	–	–	3
Children	**7,286**	**17.8**	286	–	–	221	507	1.2	–	161	78
Documentary	**15,842**	**29.8**	2,929	584	51	45	3,609	6.8	15	318	543
Feature Film	**828**	**5.6**	340	–	–	–	340	2.3	–	–	–
SUBTOTAL	**67,836**	**21.4**	18,238	584	51	666	19,539	6.2	15	479	624
ABORIGINAL LANGUAGES	**1,426**	**21.9**	30	0	0	0	30	0.5	0	20	86
TOTAL	**106,016**	**23.3**	18,494	584	113	16,851	36,042	7.9	5,733	2,001	713

A Window on Canadian Society

Our dramas attest to the wealth and diversity of the Canadian experience. Be it in historical series, current events programs, cop shows, romantic comedies or comedy specials, these programs express multiple facets of the human condition.

Canadian television is recognized for the quality of its children's programs, rich with animation, live characters or a mixture of both. These programs take young viewers on travels around the planet, stimulate their imagination and nourish their sense of wonder. They are one of the Canadian industry's most successful exports.

Canadian documentaries mirror the country, reflecting its cultural heritage and the diverse peoples, languages and traditions that make it what it is. They are rooted in Canadian reality but deal with subjects of universal interest: history, politics, religion, Aboriginal cultures, the environment, health issues, criminality, spirituality, globalization, immigration and more.

The variety shows and performing arts programs feature some of Canada's best singers, dancers, comedians and musicians. A world of talent to discover!

Educational Television Total		Private Sector											
		CHUM	WIC	CTV Network	CTV Other Affiliates	Canwest Global	Independents	TVA Group	Television Quatre Saisons	Pay Television	Specialty Services	Total	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
613	0.8	–	–	–	–	–	–	7,130	966	–	301	8,397	11.6
259	7.1	–	–	–	–	50	6	–	–	–	90	146	4.0
3,891	19.4	–	–	–	–	–	117	–	–	–	2,132	2,249	11.2
2,463	10.3	–	7	–	–	–	24	55	–	70	1,661	1,817	7.6
–	0.0	–	–	–	–	–	–	75	–	172	200	447	3.7
7,225	5.5	0	7	0	0	50	147	7,260	966	242	4,383	13,056	9.9
0	0.0	510	930	11,362	–	9,182	–	–	–	620	6,057	28,661	13.9
3	0.1	–	10	–	–	–	–	–	–	–	124	134	6.6
239	0.6	–	–	80	–	–	–	–	–	2,189	4,272	6,541	16.0
876	1.6	525	14	555	111	433	354	–	–	–	9,365	11,357	21.4
–	0.0	–	–	–	–	–	–	–	–	443	46	488	3.3
1,117	0.4	1,035	954	11,997	111	9,615	354	0	0	3,252	19,862	47,180	14.9
106	1.6	0	0	0	15	0	1,245	0	0	0	30	1,290	19.8
8,448	1.9	1,035	961	11,997	126	9,665	1,746	7,260	966	3,494	24,276	61,526	13.5

A Window on Canadian Society

Our dramas attest to the wealth and diversity of the Canadian experience. Be it in historical series, current events programs, cop shows, romantic comedies or comedy specials, these programs express multiple facets of the human condition.

Canadian television is recognized for the quality of its children's programs, rich with animation, live characters or a mixture of both. These programs take young viewers on travels around the planet, stimulate their imagination and nourish their sense of wonder. They are one of the Canadian industry's most successful exports.

Canadian documentaries mirror the country, reflecting its cultural heritage and the diverse peoples, languages and traditions that make it what it is. They are rooted in Canadian reality but deal with subjects of universal interest: history, politics, religion, Aboriginal cultures, the environment, health issues, criminality, spirituality, globalization, immigration and more.

The variety shows and performing arts programs feature some of Canada's best singers, dancers, comedians and musicians. A world of talent to discover!

Educational Television Total		CHUM	WIC	CTV Network	CTV Other Affiliates	Canwest Global	Independents	TVA Group	Television Quatre Saisons	Pay Television	Specialty Services	Private Sector Total	
613	0.8	–	–	–	–	–	–	7,130	966	–	301	8,397	11.6
259	7.1	–	–	–	–	50	6	–	–	–	90	146	4.0
3,891	19.4	–	–	–	–	–	117	–	–	–	2,132	2,249	11.2
2,463	10.3	–	7	–	–	–	24	55	–	70	1,661	1,817	7.6
–	0.0	–	–	–	–	–	–	75	–	172	200	447	3.7
7,225	5.5	0	7	0	0	50	147	7,260	966	242	4,383	13,056	9.9
0	0.0	510	930	11,362	–	9,182	–	–	–	620	6,057	28,661	13.9
3	0.1	–	10	–	–	–	–	–	–	–	124	134	6.6
239	0.6	–	–	80	–	–	–	–	–	2,189	4,272	6,541	16.0
876	1.6	525	14	555	111	433	354	–	–	–	9,365	11,357	21.4
–	0.0	–	–	–	–	–	–	–	–	443	46	488	3.3
1,117	0.4	1,035	954	11,997	111	9,615	354	0	0	3,252	19,862	47,180	14.9
106	1.6	0	0	0	15	0	1,245	0	0	0	30	1,290	19.8
8,448	1.9	1,035	961	11,997	126	9,665	1,746	7,260	966	3,494	24,276	61,526	13.5

Private Sector

Categories		Total	Producers/ Producer-related	Private Assistance Funds	Sponsors	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH						
Drama	**2,091**	**2.9**	1,241	850	–	–
Variety	**203**	**5.5**	144	50	–	9
Children	**958**	**4.8**	658	300	–	–
Documentary	**1,174**	**4.9**	797	377	–	–
Feature Film	**891**	**7.3**	891	–	–	–
SUBTOTAL	**5,318**	**4.0**	3,731	1,577	0	9
ENGLISH						
Drama	**31,564**	**15.3**	27,885	3,625	–	54
Variety	**349**	**17.3**	166	183	–	–
Children	**6,200**	**15.2**	1,557	4,252	–	392
Documentary	**7,933**	**14.9**	5,190	2,607	3	133
Feature Film	**1,913**	**13.0**	1,608	225	–	80
SUBTOTAL	**47,959**	**15.1**	36,406	10,891	3	659
ABORIGINAL LANGUAGES	**1,874**	**28.8**	1,128	416	92	238
TOTAL	**55,151**	**12.1**	41,265	12,884	95	906

Other Government Sources

Financial participation – Production only

Categories		Total	Federal Agencies					
			NFB	Federal Tax Credit	Others	Newfoundland Tax Credit	Nova Scotia Tax Credit	New Brunswick Tax Credit
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH								
Drama	**15,814**	**21.9**	–	4 884	–	–	–	–
Variety	**811**	**22.1**	–	184	–	–	–	–
Children	**4,586**	**22.9**	–	1,527	–	–	–	–
Documentary	**6,355**	**26.7**	111	1,301	102	–	–	263
Feature Film	**4,861**	**39.9**	–	463	16	–	–	–
SUBTOTAL	**32,427**	**24.6**	111	8,360	118	0	0	263
ENGLISH								
Drama	**25,378**	**12.3**	–	9,122	–	1,000	2,063	–
Variety	**138**	**6.8**	–	41	13	–	–	–
Children	**4,431**	**10.8**	–	1,667	–	–	76	–
Documentary	**8,415**	**15.8**	221	2,490	1,047	121	535	64
Feature Film	**2,552**	**17.3**	–	472	–	437	–	–
SUBTOTAL	**40,915**	**12.9**	221	13,792	1,060	1,559	2,674	64
ABORIGINAL LANGUAGES	**926**	**14.2**	240	54	57	0	0	0
TOTAL	**74,268**	**16.3**	572	22,206	1,234	1,559	2,674	328

Foreign Participants

Financial participation – Production only

Categories	Total		Co-producers	Broadcasters	Distributors	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH						
Drama	**96**	**0.1**	96	–	–	–
Variety	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Children	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Documentary	**437**	**1.8**	237	–	200	–
Feature Film	**1,238**	**10.2**	–	1,238	–	–
SUBTOTAL	**1,771**	**1.3**	333	1,238	200	0
ENGLISH						
Drama	**20,818**	**10.1**	6,423	3,735	8,317	2,343
Variety	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Children	**5,728**	**14.0**	3,430	–	2,298	–
Documentary	**1,346**	**2.5**	415	254	626	51
Feature Film	**0**	**0.0**	–	–	–	–
SUBTOTAL	**27,891**	**8.8**	10,268	3,989	11,240	2,394
ABORIGINAL LANGUAGES	**0**	**0.0**	0	0	0	0
TOTAL	**29,663**	**6.5**	10,601	5,227	11,440	2,394

Provincial Agencies									
Quebec Tax Credit	Ontario Tax Credit	Alberta Tax Credit	Manitoba Tax Credit	British Columbia Tax Credit	SODEC	SaskFilm	British Columbia Film	Nova Scotia Film	Others
In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
10,760	–	–	–	–	170	–	–	–	–
412	5	–	18	–	143	–	–	–	50
3,019	–	–	–	–	–	–	–	–	40
3,280	52	–	54	–	913	–	20	–	257
2,315	–	–	–	–	2,068	–	–	–	–
19,785	56	0	72	0	3,294	0	20	0	347
2,570	5,055	425	371	–	–	–	700	440	3,633
–	34	–	–	–	–	–	50	–	–
394	1,100	–	–	–	–	–	225	49	920
837	1,506	–	115	21	35	14	568	180	661
–	–	–	399	62	–	–	–	–	1,181
3,801	7,695	425	885	83	35	14	1,543	669	6,395
281	0	94	0	70	50	0	0	0	80
23,868	7,752	519	957	153	3,379	14	1,563	669	6,822

Participation of Canadian Broadcasters

Including investments and purchases of broadcast rights

Broadcasters	Drama	Variety	Children	Documentary	Feature Film*	Total
	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION						
CONVENTIONAL TELEVISION						
Canwest Global	9,182	50	–	433	–	**9,665**
CHUM	510	–	–	525	–	**1,035**
CTV – Network/Other Affiliates	11,362	–	95	666	–	**12,123**
Aboriginal Peoples Television Network	–	78	131	1,147	–	**1,356**
Independents	–	137	–	254	–	**391**
TVA Group	7,130	–	–	55	75	**7,260**
Télévision Quatre Saisons	966	–	–	–	–	**966**
WIC	930	10	–	21	–	**961**
EDUCATIONAL TELEVISION						
Access	–	–	–	122	–	**122**
Canadian Learning Channel	–	–	50	37	–	**87**
Knowledge	–	2	–	167	–	**169**
SCN	–	1	78	257	–	**336**
Télé-Québec	213	68	3,646	1,807	–	**5,733**
TVO/TFO	400	191	406	1,005	–	**2,001**
PAY TELEVISION						
Astral Télé Réseaux	–	–	–	50	437	**487**
Family Channel	–	–	1,959	–	–	**1,959**
Movie Network	300	–	–	–	–	**300**
Movie Pix	125	–	150	–	–	**275**
Super Channel	150	–	80	–	103	**333**
Super Écran	120	–	–	20	–	**140**
SPECIALITY SERVICES						
Bravo!	–	194	–	194	–	**388**
Canal D	–	–	–	1,119	–	**1,119**
Canal Vie	–	–	–	43	–	**43**
Comedy Network	1,084	–	–	–	–	**1,084**
Discovery Channel (The)	–	–	–	2,862	–	**2,862**
Historia	–	–	–	244	–	**244**
History Television	–	–	–	2,598	–	**2,598**
Life Network (The)	–	–	–	1,446	–	**1,446**
Séries+	550	–	–	–	200	**750**
Showcase	3,610	–	–	–	46	**3,656**
Teletoon	–	–	936	–	–	**936**
TSN	–	–	–	5	–	**5**
TV5	–	20	–	135	–	**155**
Vision TV	–	–	30	1,121	–	**1,151**
Vrak TV	301	–	2,187	–	–	**2,487**
WTN	293	–	–	1,194	–	**1,486**
YTV	520	–	3,281	–	–	**3,801**
Z	–	–	–	65	–	**65**
SUBTOTAL	37,745	750	13,028	17,591	860	**69,974**
PUBLIC SECTOR						
CBC network and regional stations	14,328	729	316	3,105	340	**18,819**
CBC Newsworld	–	–	–	584	–	**584**
SRC network and regional stations	13,102	297	1,618	1,409	100	**16,526**
RDI – le réseau de l'information	–	–	–	113	–	**113**
SUBTOTAL	27,431	1,026	1,934	5,211	440	**36,042**
TOTAL	**65,176**	**1,776**	**14,962**	**22,801**	**1,300**	**106,016**

* Because rights for feature films are often included in the distribution advances, they do not all appear in this table.

Viewer Access to Canadian Programs

Broadcasters	Number of Projects				Number of Hours in First-Run Presentation
	In Aboriginal Languages	In French	In English	Total	
PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION					
CONVENTIONAL TELEVISION					
Canwest Global	–	2	9	**11**	**53.5**
CHUM	–	–	3	**3**	**4.3**
CTV – Network/Other Affiliates	1	–	21	**22**	**63.5**
Aboriginal Peoples Television Network	15	2	6	**23**	**91.5**
Independents	3	–	5	**8**	**13.0**
TVA Group	–	7	–	**7**	**58.5**
Télévision Quatre Saisons	–	1	–	**1**	**5.0**
WIC	–	1	5	**6**	**7.5**
EDUCATIONAL TELEVISION					
Access	–	–	13	**13**	**22.5**
Canadian Learning Channel	1	–	4	**5**	**7.5**
Knowledge	–	–	27	**27**	**52.0**
SCN	2	2	40	**44**	**96.5**
Télé-Québec	–	22	1	**23**	**111.5**
TVO/TFO	1	8	9	**18**	**74.0**
PAY TELEVISION					
Astral Télé-Réseaux	–	3	2	**5**	**8.0**
Family Channel	–	–	2	**2**	**13.0**
Movie Network	–	–	1	**1**	**6.5**
Movie Pix	–	–	3	**3**	**10.5**
Super Channel	–	–	5	**5**	**13.6**
Super Écran	–	1	1	**2**	**7.5**
SPECIALITY SERVICES					
Bravo!	–	2	11	**13**	**15.0**
Canal D	–	9	9	**18**	**54.5**
Canal Vie	–	1	–	**1**	**2.0**
Comedy Network	–	–	2	**2**	**15.5**
Discovery Channel (The)	–	1	9	**10**	**53.0**
Historia	–	1	2	**3**	**10.0**
History Television	–	1	18	**19**	**47.5**
Life Network (The)	–	1	3	**4**	**25.5**
Séries+	–	1	1	**2**	**7.5**
Showcase	–	–	7	**7**	**49.6**
Teletoon	–	–	2	**2**	**7.0**
TSN	–	–	1	**1**	**1.0**
TV5	–	7	1	**8**	**9.5**
Vision TV	1	2	29	**32**	**61.5**
Vrak TV	–	4	1	**5**	**102.0**
WTN	–	2	14	**16**	**44.0**
YTV	–	–	6	**6**	**51.5**
Z	–	–	1	**1**	**6.5**
SUBTOTAL	24	81	274	**379**	**1283.0**
PUBLIC SECTOR					
CBC network and regional services	1	5	62	**68**	**163.7**
CBC Newsworld	–	–	12	**12**	**12.0**
SRC network and regional services	–	40	5	**45**	**188.1**
RDI – le réseau de l'information	–	3	5	**8**	**15.5**
SUBTOTAL	1	48	84	**133**	**379.3**
TOTAL	25	129	358	**512**	**1662.3**

The participation of more than one broadcaster in the same project contributed to increased viewer access to Canadian programming.
Thus, in 2000-2001, the 256 financed projects totalled 512 broadcast projects, and the 1077.6 hours of production represented 1662.3 hours of broadcasting.

Feature Film

Feature Film Fund

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

	Number of Projects*	Total** Budgets (In thousands of dollars)	Telefilm Canada (In thousands of dollars)	Linguistic Breakdown (%)
FRENCH				
Production	12	35,298	9,440	
Amendments – production ***	–	–	19	
SUBTOTAL	12	35,298	9,459	
Scriptwriting and development	34	1,513	587	
Amendments – development ***	–	–	351	
SUBTOTAL	34	1,513	938	
SUBTOTAL – FRENCH	**46**	**36,811**	**10,397**	**39.5**
ENGLISH				
Production	22	56,244	14,281	
Amendments – production ***	–	–	-59	
SUBTOTAL	22	56,244	14,222	
Scriptwriting and development	87	3,348	1,257	
Amendments – development ***	–	–	438	
SUBTOTAL	87	3,348	1,694	
SUBTOTAL – ENGLISH	**109**	**59,593**	**15,917**	**60.5**
TOTAL	**155**	**96,403**	**26,313**	**100.0**

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.
** Includes all coproduction budgets.
*** The amendments include decreases in commitments from previous years.

Fiscal 2000-01 was the final year for the Feature Film Fund (FFF), which was created in 1986.

Effective April 1, 2001, pursuant to the new Canadian Feature Film Policy entitled *From Script to Screen*, the new Canada Feature Film Fund (CFFF) takes over from the FFF with a variety of programs for production, development, marketing and complementary activities. Two of the Fund's programs began operating in 2000-01: the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program. They are discussed in the next section.

The new Canadian Feature Film Policy beneficially impacted the investment capacity of the Feature Film Fund in 2000-01, as the FFF was assigned additional funding of $7.1 million for production and development.

Feature Film Fund: A Positive Outcome

Over the past 15 years, the Feature Film Fund has played a decisive cultural and industrial role by supporting some 350 feature films, in English and in French, stemming from all regions of the country and representing a broad panorama of Canadian realities and viewpoints.

Among the many filmmakers who have received support from the Fund are Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Clement Virgo, Bruce McDonald, Anne Wheeler, Robert Lepage, Jeremy Podeswa, Francis Mankiewicz, Philippe Falardeau, Rodrigue Jean, Louis Bélanger, Denis Villeneuve, John Greyson, Gary Burns, John Fawcett, Rosemary House and Thom Fitzgerald.

The Fund has supported veterans and newcomers and encouraged directors of low budget films and international coproductions alike, from Montréal, Toronto, Moncton, Calgary, Vancouver, Edmonton, Halifax, St. John's and elsewhere.

The FFF delivered particularly strong results in its final year of operation. These results strikingly illustrate the immense creativity of Canadian talent and the need to optimize the government support essential to its growth.

A PRODUCTIVE YEAR

2000-01 Results: Record 155 Projects

For the past three years, Feature Film Fund commitments have been on the rise, attesting to the industry's growing vitality.

1998-99: 21 productions, 81 development projects
1999-00: 24 productions, 102 development projects
2000-01: 34 productions, 121 development projects

The 155 production and development projects assisted in fiscal 2000-01 represent budgets of $96.4 million, counting the foreign share ($10.2 million) of coproductions in which Canada is a minority partner. Aggregate budgets in the previous year amounted to $69.6 million.

Telefilm Canada provided support for the film industry through other funds and programs, as well, including the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund, the Regular Fund and the two new programs of the Canada Feature Film Fund. Altogether, the Corporation funded 64 feature film productions in 2000-01. Further details on feature films can be found in the Highlights section.

Development and Screenwriting

A good script is the best guarantee of quality and success for a feature film. Accordingly, Telefilm places great emphasis on projects at the writing stage. This year, the Corporation allocated $2.6 million to project development, an increase of nearly 20% over the previous year.

Telefilm thus proved to be a primary partner for producers, assuming 38% of the budgets, compared to 31% in 1999-00.

The regional breakdown for development commitments is as follows: 39% went to projects from Montréal, 28% to projects from Toronto, 19% to projects from the West, 11% to projects from the Atlantic region and 3% to projects from Quebec and Ontario cities other than Montréal or Toronto. This promises a well-balanced array of regionally diverse productions on Canadian screens in years to come.

All of this year's development projects came from small and medium-size companies, since Telefilm's project development funds are reserved exclusively for SMBs.

ATANARJUAT (THE FAST RUNNER)
Igloolik Isuma Productions
National Film Board of Canada

CENTURY HOTEL
Victorious Films Inc.

MAX ET LA LIONNE
Buffalo Gal Pictures Inc.
Films de l'Isle Inc.

Production: FFF Funds Record 34 Features Support from Telefilm Canada and Other Financing Sources

Given the number, quality and budgets of the projects submitted this year, plus the additional resources available under the Canadian Feature Film Policy, FFF participation in feature film production rose by 60% over 1999-00, climbing from $14.1 million to $23.7 million.

It bears noting that the additional $7.1 million granted in mid-year translated into 14 new projects originating in all regions. And in keeping with the intent of the Canadian Feature Film Policy, which aims to encourage more substantial production budgets, Telefilm allocated complementary funding to 10 especially promising feature films that had already received financing. The whole of the new resources was committed in a manner that ensures a balanced production portfolio.

The FFF has always provided crucial leverage for the projects in which it participates. This year was no exception, with the Fund assuming 29% of the budgets.

As seen in the Analysis of Financial Participation table, a number of projects assisted by the FFF received additional support amounting to $2.6 million through other Telefilm funds and programs, bringing the Corporation's overall contribution to more than 32% of this year's project budgets.

The production of high-quality feature films that can compete in both domestic and international markets requires the involvement of numerous financing sources. It appears that this year's projects generated strong enthusiasm among public and private investors alike.

Notable among the encouraging signs is the increase and diversification of provincial assistance. This year, Canadian producers accessed eight provincial tax credit programs, compared to three the previous year. A number of provincial governments provided further support through investments or financial contributions in other forms. Telefilm Canada is proud to have joined British Columbia, Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Ontario, Quebec, Nova Scotia, New Brunswick and Newfoundland in fostering creativity from coast to coast.

The financial contribution of the private sector more than doubled this year, amounting to 18% of budgeted costs. Private assistance funds and producer and producer-related contributions were largely responsible for this increase.

Also of note is the growing interest for Canadian cinema shown by broadcasters, who provided 5.6% of the budgets, up from 2.7% the previous year. Pay television accounted for 48% of this amount.

Linguistic Breakdown

In 2000-01, Telefilm funded 22 production projects in English and 12 in French. However, the overall linguistic breakdown of resources (60.5% for projects in English and 39.5% for projects in French) is somewhat off the mark with respect to the objectives set in the Memorandum of Understanding with the Department of Canadian Heritage: respectively two-thirds and one-third. In the coming years, though, the Corporation should be able to achieve this balance in the Canada Feature Film Fund.

This year's results are partially attributable to the fact that 2000-01 was in some respects a transition year. Half of the projects that received complementary funding from the additional resources were in French. The budgets of the French-language projects were particularly high this year, on average close to $3 million. Conversely, the average budget of the English-language projects was $2 million, which explains Telefilm's lesser contribution.

An analysis of the linguistic breakdown of the FFF from April 1996 to March 2001 reveals a balanced performance, with 36.9% of the overall resources going to production in English and 63.1% to production in French.

In 2000-01, the FFF supported 14 feature film projects originating in linguistic minority communities: 11 in English from Montréal and 3 in French from Toronto and New Brunswick. Telefilm allocated $2.5 million to these

Linguistic Breakdown of Projects

Production, scriptwriting, development and amendments

	1996-1997		1997-1998	
	(in thousands of dollars)	%	(in thousands of dollars)	%
French	7,560	34.8	6,464	39.5
English	14,152	65.2	9,921	60.5
Total	21,712	100.0	16,385	100.0

Geographic Breakdown of Projects

According to the location of the companies with which the Corporation signed production contracts through the Feature Film Fund

Location	Number of Projects*	Budgets** (in thousands of dollars)	Telefilm Canada Contribution (in thousands of dollars)	Telefilm Canada Contribution (%)
Montréal	11	34,306	**8,760**	**25.5**
Toronto	7	16,888	**6,338**	**37.5**
SUBTOTAL	18	51,193	**15,098**	**29.5**
British Columbia	4	6,861	**2,986**	**43.5**
Alberta	2	4,150	**646**	**15.6**
Saskatchewan	1	679	**225**	**33.1**
Manitoba	3	2,767	**1,386**	**50.1**
Ontario (excluding Toronto)	–	–	**–**	**0.0**
Quebec (excluding Montréal)	1	2,539	**460**	**18.1**
New Brunswick	2	3,949	**1,370**	**34.7**
Nova Scotia	2	4,074	**1,100**	**27.0**
Prince Edward Island	–	–	**–**	**0.0**
Newfoundland	1	5,105	**450**	**8.8**
SUBTOTAL	16	30,125	**8,623**	**28.6**
TOTAL	34	81,318	**23,721**	**29.2**

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.
** Does not include the foreign share ($10,223,723) of coproduction budgets in which Canada is a minority partner.

projects, assuming 30% of their combined budgets. They include 12 development projects and 2 production projects (*Lost and Delirious* by Léa Pool and *Max et la Lionne* by Rodrigue Jean. The latter is a coproduction involving companies from Quebec, Manitoba and New Brunswick).

Regional Breakdown: Record Numbers

As a result of the Feature Film Fund's exceptionally high funding budget, the 2000-01 production crop gives voice to more filmmakers from each of the Canadian regions. While the contribution to regional productions (those not from Montréal or Toronto) averaged 23% in recent years, it rose to 36% in 2000-01.

The Feature Film Fund financed the production of five feature films in the Atlantic region, versus none the previous year. In the West, the number of features supported jumped from four to ten.

1998-1999 (in thousands of dollars)	1998-1999 (%)	1999-2000 (in thousands of dollars)	1999-2000 (%)	2000-2001 (in thousands of dollars)	2000-2001 (%)	1996-2000 (in thousands of dollars)	1996-2000 (%)
7,139	34.5	5,989	35.9	10,397	39.5	**37,548**	**36.9**
13,545	65.5	10,686	64.1	15,917	60.5	**64,220**	**63.1**
20,684	100.0	16,675	100.0	26,313	100.0	**101,768**	**100.0**

UNA CASA CON VISTA AL MAR (A HOUSE WITH A VIEW OF THE SEA)
Iris Communications
Coproduced with Venezuela and Spain

Analysis of Financial Participation

Production only – Projects contracted

	Number of Projects*	Total Budgets	Budgets**	Feature Film Fund		CTF – Equity Investment Program		Telefilm Canada Other Funds (Mini-treaties and PRSP)	
		In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	12	35,298	**35,298**	**9,440**	**26.7**	–	0.0	61	0.2
ENGLISH	22	56,244	**46,021**	**14,281**	**31.0**	2,460	5.3	64	0.1
TOTAL	34	91,542	**81,318**	**23,721**	**29.2**	2,460	3.0	125	0.2

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.
** Does not include the foreign share ($10,223,723) of coproduction budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

Distributors

Financial Participation – Production only

	Total	
	In thousands of dollars	%
FRENCH	**3,595**	**10.2**
ENGLISH	**5,235**	**11.4**
TOTAL	**8,830**	**10.9**

Private Sector

Financial Participation – Production only

	Total		Producers and Producer-related	Private Assistance Funds	Private Investors	Sponsors	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**4,942**	**14.0**	2,824	2,018	–	100	–
ENGLISH	**9,704**	**21.1**	5,480	4,104	–	105	15
TOTAL	**14,646**	**18.0**	8,304	6,121	0	205	15

Other Government Sources

Financial participation – Production only

	Total		Federal Agencies						
			NFB	Canada Council	Federal Tax Credit	British Columbia Tax Credit	Alberta Tax Credit	Manitoba Tax Credit	Quebec Tax Credit
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**15,115**	**42.8**	–	70	1,137	–	–	136	6,834
ENGLISH	**8,699**	**18.9**	–	120	1,564	209	73	637	564
TOTAL	**23,814**	**29.3**	0	190	2,702	209	73	773	7,398

Distributors		Private Sector		Other Government Sources		Broadcasters		Foreign Participants	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
3,595	10.2	4,942	14.0	15,115	42.8	2,145	6.1	–	0.0
5,235	11.4	9,705	21.1	8,699	18.9	2,398	5.2	3,180	6.9
8,830	10.9	14,646	18.0	23,814	29.3	4,543	5.6	3,180	3.9

Broadcasters

Financial participation – Production only

	Total		Broadcasters	Pay Television
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**2,145**	**6.1**	1,495	650
ENGLISH	**2,398**	**5.2**	881	1,517
TOTAL	**4,543**	**5.6**	2,376	2,167

Foreign Participants

Financial participation – Production only

	Total		Co-producers	Distributors	Broadcasters	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**254**	**0.7**	–	–	254	0
ENGLISH	**3,180**	**6.9**	1,300	1,550	330	0
TOTAL	**3,434**	**4.2**	1,300	1,550	584	0

Provincial Agencies									
Ontario Tax Credit	Nova Scotia Tax Credit	New Brunswick Tax Credit	Newfoundland Tax Credit	SODEC	OFDC	Saskfilm	British Columbia Film	Nova Scotia Film	Others
In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
–	–	264	–	6,210	–	–	–	–	464
745	411	232	437	850	272	115	400	150	1,919
745	411	497	437	7,060	272	115	400	150	2,383

62

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

The feature films produced during the past year represent all regions of the country. They tell stories that are as original as they are entertaining, from a perspective unique to Canada.

Canadian films explore our existence in all its complexity. From incisive urban legends to tenderly told coming-of-age stories, from intimate family dramas to rituals of love, from childhood sorrows to the harsh realities of immigrant life, they reveal the multitude of passions, interests and concerns that inhabit Canadian filmmakers.

A number of well-known directors made features this year, among them Lea Pool (*Lost and Delirious*), Sturla Gunnarsson (*Rare Birds*), Anne Wheeler (*Suddenly Naked*), Louis Saia (*Les Boys III*), Gabriel Pelletier (*K2*), Roger Cantin (*La Forteresse suspendue*), Jean-Claude Lord (*Station Nord*) and Rodrigue Jean (*Max et la Lionne*). Among the first-time feature film directors are Émile Gaudreault (*Nuit de noces*), Andrew Currie (*Mile Zero*), William Phillips (*Treed Murray*) and Robin Schlaht (*Solitude*). Names to watch for in future!

Coproductions

Three coproductions were assisted through the Feature Film Fund, including two minority coproductions and one majority coproduction. The Corporation allocated $2.6 million to these films, representing 29% of the Canadian portion of the budgets.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Created in 1988, the Feature Film Distribution Fund was designed to support the distribution industry while continuing to make Canadian cinema more accessible to audiences in all regions of the country. Under the new Canadian Feature Film Policy launched in October 2000, all film-related assistance funds and programs have been integrated in a comprehensive, articulate vision, and the resources formerly assigned to the Feature Film Distribution Fund are included in the new Canada Feature Film Fund, which came into effect April 1, 2001.

Fiscal 2000-01 was thus the final year of operation for the Feature Film Distribution Fund. Under its guidelines, Telefilm Canada provided lines of credit through two sections, the Principal Fund, for recognized companies with a solid commitment to the distribution of Canadian features, and the Contingency Fund, serving to support new companies or those distributing a lesser volume of Canadian features.

2000-01 Results

Over the course of the year, the Fund committed $12.8 million, compared to $11 million the previous year. This increase is linked in part to an upswing in the production of feature films in Canada and in part to the $1.2 million in additional resources assigned to distribution and marketing in 2000-01 under the new Canadian Feature Film Policy.

Disbursements for the new projects amounted to $10.9 million: $8.3 million for the acquisition of distribution rights to feature films (minimum guarantees to producers through the Principal and Contingency funds) and $2.6 million for marketing activities. An additional $1.9 million was disbursed in relation to commitment changes and payments against previous-year contracts.

In all, the Fund supported the activities of 14 distribution companies, up from 10 in 1999-00.

Feature Film Distribution Fund

Companies that received support

	Principal Fund	Contingency Fund	Total
AVAILABLE FUNDS	**11,874**	**965**	**12,840**
USE OF FUNDS			
Alliance Releasing/Odeon Films	3,493	–	3,493
Aska Film Distribution	–	75	75
Blackwatch Distribution	–	375	375
Christal Films Distribution	2,388	–	2,388
Compagnie France Film	926	–	926
Distribution La Fête	–	75	75
Film Tonic	1,100	7	1,107
Films Seville	2,143	–	2,143
FunFilm Distribution	–	113	113
Mongrel Media	–	45	45
Red Sky Entertainment	346	180	526
Remstar Distribution	707	–	707
TVA International Distribution	771	–	771
Société de distribution Cinéma Libre	–	90	90
TOTAL	**11,874**	**960**	**12,834**

The feature films produced during the past year represent all regions of the country. They tell stories that are as original as they are entertaining, from a perspective unique to Canada.

Canadian films explore our existence in all its complexity. From incisive urban legends to tenderly told coming-of-age stories, from intimate family dramas to rituals of love, from childhood sorrows to the harsh realities of immigrant life, they reveal the multitude of passions, interests and concerns that inhabit Canadian filmmakers.

A number of well-known directors made features this year, among them Léa Pool (*Lost and Delirious*), Sturla Gunnarsson (*Rare Birds*), Anne Wheeler (*Suddenly Naked*), Louis Saia (*Les Boys III*), Gabriel Pelletier (*K2*), Roger Cantin (*La Forteresse suspendue*), Jean-Claude Lord (*Station Nord*) and Rodrigue Jean (*Max et la Lionne*). Among the first-time feature film directors are Émile Gaudreault (*Nuit de noces*), Andrew Currie (*Mile Zero*), William Phillips (*Treed Murray*) and Robin Schlaht (*Solitude*). Names to watch for in future!

Coproductions

Three coproductions were assisted through the Feature Film Fund, including two minority coproductions and one majority coproduction. The Corporation allocated $2.6 million to these films, representing 29% of the Canadian portion of the budgets.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Created in 1988, the Feature Film Distribution Fund was designed to support the distribution industry while continuing to make Canadian cinema more accessible to audiences in all regions of the country. Under the new Canadian Feature Film Policy launched in October 2000, all film-related assistance funds and programs have been integrated in a comprehensive, articulate vision, and the resources formerly assigned to the Feature Film Distribution Fund are included in the new Canada Feature Film Fund, which came into effect April 1, 2001.

Fiscal 2000-01 was thus the final year of operation for the Feature Film Distribution Fund. Under its guidelines, Telefilm Canada provided lines of credit through two sections, the Principal Fund, for recognized companies with a solid commitment to the distribution of Canadian features, and the Contingency Fund, serving to support new companies or those distributing a lesser volume of Canadian features.

2000-01 Results

Over the course of the year, the Fund committed $12.8 million, compared to $11 million the previous year. This increase is linked in part to an upswing in the production of feature films in Canada and in part to the $1.2 million in additional resources assigned to distribution and marketing in 2000-01 under the new Canadian Feature Film Policy.

Disbursements for the new projects amounted to $10.9 million: $8.3 million for the acquisition of distribution rights to feature films (minimum guarantees to producers through the Principal and Contingency funds) and $2.6 million for marketing activities. An additional $1.9 million was disbursed in relation to commitment changes and payments against previous-year contracts.

In all, the Fund supported the activities of 14 distribution companies, up from 10 in 1999-00.

Feature Film Distribution Fund

Companies that received support

	Principal Fund (in thousands of dollars)	Contingency Fund (in thousands of dollars)	Total (in thousands of dollars)
AVAILABLE FUNDS	**11,874**	**965**	**12,840**
USE OF FUNDS			
Alliance Releasing/Odeon Films	3,493	–	3,493
Aska Film Distribution	–	75	75
Blackwatch Distribution	–	375	375
Christal Films Distribution	2,388	–	2,388
Compagnie France Film	926	–	926
Distribution La Fête	–	75	75
Film Tonic	1,100	7	1,107
Films Seville	2,143	–	2,143
FunFilm Distribution	–	113	113
Mongrel Media	–	45	45
Red Sky Entertainment	346	180	526
Remstar Distribution	707	–	707
TVA International Distribution	771	–	771
Société de distribution Cinéma Libre	–	90	90
TOTAL	**11,874**	**960**	**12,834**

Several Montréal and Toronto companies accessed the Auxiliary Fund for the first time this year.

The Fund supported the purchase of theatrical distribution rights to 42 new feature films, 33 through the Principal Fund and 9 through the Auxiliary Fund.

It also assisted marketing activities for the theatrical distribution of 19 features. The average contribution for film marketing was $138,000, in contrast to $125,000 the previous year. Marketing budgets covered the production of trailers, advertising campaigns, print costs, regional travel by filmmakers and lead performers, the hiring of a media relations agent, test marketing and the creation of websites.

NEW CANADA FEATURE FILM FUND

Programs in Effect in 2000-01

In October 2000, the new Canadian Feature Film Policy authorized the immediate implementation of two Canada Feature Film Fund programs: the Screenwriting Assistance Program and the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program.

After consulting with the associations concerned, other investment agencies and its new client groups, Telefilm Canada published the guidelines for the two programs in November 2000. Both programs clearly addressed a need, as the Corporation received 242 applications for support from screenwriters and 70 from filmmakers.

Low Budget Independent Feature Film Assistance Program

This program offers independent directors the opportunity to make feature films while maintaining total control of the creative aspects of their work and the final cut. It has two components, Production Support and Post-production/Completion

Low Budget Independent Feature Film Assistance Program

Projects contracted in 2000-01

	Number of Projects	Total Budgets	Telefilm Canada	Linguistic Breakdown
		In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
FRENCH				
Production	2	1,223	369	
Post-production	–	–	–	
SUBTOTAL – FRENCH	**2**	**1,223**	**369**	**19.1**
ENGLISH				
Production	5	3,023	929	
Post-production	4	1,661	633	
SUBTOTAL – ENGLISH	**9**	**4,684**	**1,562**	**80.9**
TOTAL	**11**	**5,907**	**1,931**	**100.0**

Support. The Corporation assists projects with budgets of between $300,000 and $750,000. It may contribute up to 65% of the budget, not exceeding $200,000 per project.

The initial applications in January 2001 were marked by an exceptionally high demand for English-language projects, which were more advanced at the time. In making its investments, Telefilm sought to achieve fair regional representation. It approved four projects from Quebec (including two in English), four from Ontario, two from the Western region and one from the Atlantic region. Less than one-third of the available resources went to French-language production, but the Corporation will see that balance is restored in the next fiscal year.

The principal financing sources for this year's projects were Telefilm, 32.7% of budgets; the private sector (producer and producer-related), 31.1%; the provinces (tax credits and investments), 19.6%; and broadcasters, 7.6%.

The annual budget of this program is $1.7 million. Due to production schedules, part of this year's commitments will be disbursed in the next fiscal year.

Screenwriting Assistance Program

This program aimed at professional screenwriters was developed in close collaboration with the Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) and the Writers Guild of Canada (WGC). Its objective is to foster the creation of a bank of promising scripts. Telefilm will encourage seasoned screenwriters in pursuing their film career, while facilitating the emergence of a new generation of storytellers. This program should also produce more widely diverse projects than ever before.

The Screenwriting Assistance Program supports screenwriting projects at two stages: Outline to Treatment and Treatment to First Draft. The Corporation accepted 52 projects, 35 in English and 17 in French. The regional breakdown was as follows: Quebec, 41.2%; Ontario, 34.3%; Western region, 17.5%; Atlantic region, 7%. Telefilm's maximum participation is $10,500 for the Outline to Treatment phase and $14,700 for the Treatment to First Draft phase.

In 2000-01, the budget for this program was $400,000. Due to screenwriting schedules, some committed amounts will be disbursed next year. As of 2001-02, the Screenwriting Assistance Program budget is $2.3 million.

The New Canada Feature Film Fund

Full information and the new guidelines for the production, development, distribution and marketing of Canadian feature films are available on our website. See "Canada Feature Film Fund" under *Financing* (www.telefilm.gc.ca).

Screenwriting Assistance Program

Projects contracted in 2000-01

	Number of Projects	Total Budgets (in thousands of dollars)	Telefilm Canada (in thousands of dollars)	Linguistic Breakdown (%)
FRENCH				
Outline to Treatment	3	47	47	
Treatment to First Draft	14	159	159	
SUBTOTAL – FRENCH	**17**	**206**	**206**	**31.4**
ENGLISH				
Outline to Treatment	9	150	150	
Treatment to First Draft	26	299	299	
SUBTOTAL – ENGLISH	**35**	**449**	**449**	**68.6**
TOTAL	**52**	**655**	**655**	**100.0**

LUNCH WITH CHARLES
Holiday Pictures Ltd.
Coproduced with Hong Kong

New Media

Multimedia Fund

Project breakdown by component – Includes amendments to previous years' commitments

	Number of Projects	Budgets (in thousands of dollars)	Telefilm Canada Contribution (in thousands of dollars)	Telefilm Canada Contribution (% of budgets)
DEVELOPMENT				
French	8	1,061	490	46.2
English	28	4,712	1,676	35.6
SUBTOTAL – DEVELOPMENT	**36**	**5,772**	**2,166**	**37.5**
PRODUCTION				
French	6	2,697	778	28.8
English	10	3,050	743	24.4
SUBTOTAL – PRODUCTION	**16**	**5,747**	**1,520**	**26.5**
MARKETING				
French	5	753	327	43.4
English	4	722	293	40.5
SUBTOTAL – MARKETING	**9**	**1,475**	**619**	**42.0**
DISTRIBUTION				
French	0	0	0	0.0
English	1	1,073	450	42.0
SUBTOTAL DISTRIBUTION	**1**	**1,073**	**450**	**42.0**
SECTORAL DEVELOPMENT				
French	1	900	300	33.3
English	2	75	75	100.0
SUBTOTAL – SECTORAL DEVELOPMENT	**3**	**975**	**375**	**38.5**
TOTAL	**65**	**15,042**	**5,130**	**34.1**

67

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

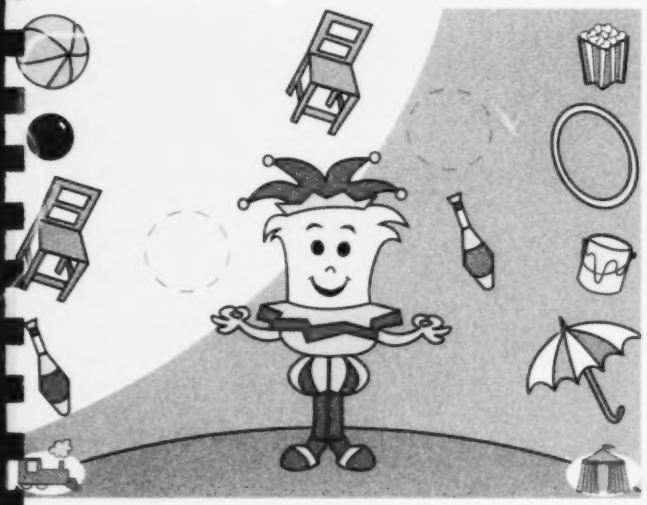
Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Multimedia Fund

Taking over from an experimental program established in 1996, Telefilm Canada's Multimedia Fund was created in 1998 to foster the growth of Canadian content in the new media sector by means of support for development, production and marketing activities. The Fund was granted an initial budget of $30 million for a five-year period. In 2000-01, its budget was $5.3 million.

Late in fiscal 2000-01, the Fund was granted additional resources of $1.4 million through the New Media Assistance component of the Department of Canadian Heritage's Canadian Digital Cultural Content Initiative (CDCCI). This amount is earmarked to support online distribution and the growth of the new media sector. It is ensured for a minimum of three years.



Thus in 2000-01, the Multimedia Fund enabled Telefilm to assist the industry in a more comprehensive manner, from product creation to professional development and the promotion of Canadian companies. Altogether, the Multimedia Fund participated in 65 projects with budgets amounting to $15 million, roughly the same results as in 1999-00.

The Corporation allocated 42% of the Fund's commitments to development projects, 30% to production projects, 12% to marketing projects, 9% to online distribution projects and 7% to sectoral development initiatives.

An evaluation of the Fund, commissioned from the firm of Ernst & Young in fall 2000 and received in February 2001, demonstrated the need to change the means of funding – fully reimbursable loans – used by the Fund.

The Corporation undertook a review of the Fund's guidelines in conjunction with the Department of Canadian Heritage, the Fund's Advisory Committee and its multimedia industry clients. The review considered the Fund's results since inception, as well as changes in the industry and the environment in which it is evolving. The new guidelines should provide multiple application deadlines and facilitate funding with financial instruments better suited to a high-risk sector.

In fiscal 2001-02, Telefilm will receive additional amounts for the creation of multimedia content through the Canadian Digital Cultural Content Initiative. These resources will be administered according to the new Multimedia Fund guidelines concerning production and development.

Results for 2000-01

Development, Production and Marketing

Through its development, production and marketing assistance sections, Telefilm Canada supported a variety of original, interactive works designed for general audiences. This year's products include documentaries, reference works, educational and edutainment works, action and strategy games and websites.

Many of these projects have strong Canadian content, among them *Wow Canada*, *La Nouvelle-France*, *Canada: Confederation to Present*, *Electric Living in Canada*, *Le Canada, destination d'aventure* and *Izzigo*, a website based on the famous children's film collection *Tales for All*, from producer Rock Demers.

The Corporation funded 61 projects through these three programs with allocations totalling $4.3 million, compared to $5.9 million in 1999-00. These results are explained by a decrease of 42% in overall production budgets and a corresponding decrease in the amounts requested from Telefilm. In addition, the number of marketing projects dropped sharply, from 15 to 9.

New media is a high-risk sector that operates in a highly competitive environment. These factors were exacerbated during the year by the chronic undercapitalization of this industry's SMBs, a debt load linked in part to the available financial instruments – reimbursable loans – and a general climate of uncertainty and change, including the declining popularity of CD-ROMs and the new media market shakeout. All this suggests that, while remaining very active, the industry exercised prudence during the year.

It should be noted, however, that the Corporation's participation in development projects increased, along with the number of projects. Improved financial instruments for the industry should result in more multimedia projects going into production in the coming years, which in turn should result in increased demand for product marketing support.

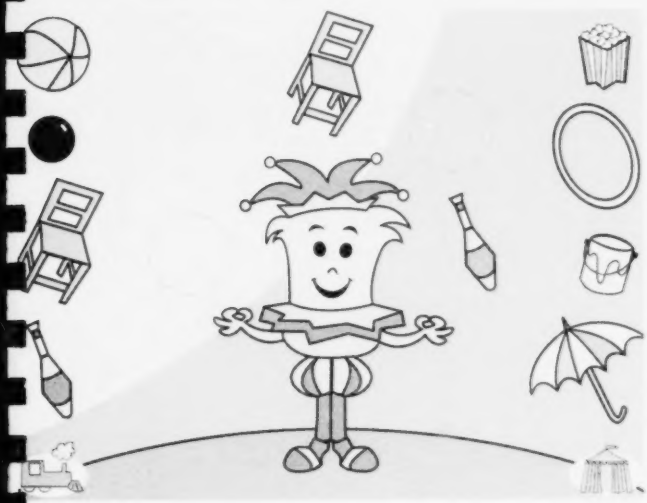
BUDDY BRUSH AND THE PAINTED CIRCUS
ITP Entertainment Ltd.

LA NOUVELLE-FRANCE – SUR LA ROUTE DES EXPLORATEURS
Éditions Inc.

Multimedia Fund

Taking over from an experimental program established in 1996, Telefilm Canada's Multimedia Fund was created in 1998 to foster the growth of Canadian content in the new media sector by means of support for development, production and marketing activities. The Fund was granted an initial budget of $30 million for a five-year period. In 2000-01, its budget was $5.3 million.

Late in fiscal 2000-01, the Fund was granted additional resources of $1.4 million through the New Media Assistance component of the Department of Canadian Heritage's Canadian Digital Cultural Content Initiative (CDCCI). This amount is earmarked to support online distribution and the growth of the new media sector. It is ensured for a minimum of three years.



Thus in 2000-01, the Multimedia Fund enabled Telefilm to assist the industry in a more comprehensive manner, from product creation to professional development and the promotion of Canadian companies. Altogether, the Multimedia Fund participated in 65 projects with budgets amounting to $15 million, roughly the same results as in 1999-00.

The Corporation allocated 42% of the Fund's commitments to development projects, 30% to production projects, 12% to marketing projects, 9% to online distribution projects and 7% to sectoral development initiatives.

An evaluation of the Fund, commissioned from the firm of Ernst & Young in fall 2000 and received in February 2001, demonstrated the need to change the means of funding – fully reimbursable loans – used by the Fund.

The Corporation undertook a review of the Fund's guidelines in conjunction with the Department of Canadian Heritage, the Fund's Advisory Committee and its multimedia industry clients. The review considered the Fund's results since inception, as well as changes in the industry and the environment in which it is evolving. The new guidelines should provide multiple application deadlines and facilitate funding with financial instruments better suited to a high-risk sector.

In fiscal 2001-02, Telefilm will receive additional amounts for the creation of multimedia content through the Canadian Digital Cultural Content Initiative. These resources will be administered according to the new Multimedia Fund guidelines concerning production and development.

Results for 2000-01

Development, Production and Marketing

Through its development, production and marketing assistance sections, Telefilm Canada supported a variety of original, interactive works designed for general audiences. This year's products include documentaries, reference works, educational and edutainment works, action and strategy games and websites.

Many of these projects have strong Canadian content, among them *Wow Canada*, *La Nouvelle-France*, *Canada: Confederation to Present*, *Electric Living in Canada*, *Le Canada, destination d'aventure* and *Izzigo*, a website based on the famous children's film collection *Tales for All*, from producer Rock Demers.

The Corporation funded 61 projects through these three programs with allocations totalling $4.3 million, compared to $5.9 million in 1999-00. These results are explained by a decrease of 42% in overall production budgets and a corresponding decrease in the amounts requested from Telefilm. In addition, the number of marketing projects dropped sharply, from 15 to 9.

New media is a high-risk sector that operates in a highly competitive environment. These factors were exacerbated during the year by the chronic undercapitalization of this industry's SMBs, a debt load linked in part to the available financial instruments – reimbursable loans – and a general climate of uncertainty and change, including the declining popularity of CD-ROMs and the new media market shakeout. All this suggests that, while remaining very active, the industry exercised prudence during the year.

It should be noted, however, that the Corporation's participation in development projects increased, along with the number of projects. Improved financial instruments for the industry should result in more multimedia projects going into production in the coming years, which in turn should result in increased demand for product marketing support.

BUDDY BRUSH AND THE PAINTED CIRCUS

LA NOUVELLE-FRANCE – SUR LA ROUTE DES EXPLORATEURS

During the year, 63% of the Fund's resources went to projects in English and 37% to projects in French. Montréal and Vancouver remain at the forefront of the country's multimedia centres, while projects from Ottawa, Rouyn-Noranda, Providence Bay, Regina, Québec City, Edmonton, Burnaby and Halifax confirm nationwide interest in the new media.

The Fund helps to finance projects from linguistic minority situations. Support totalling $375,000 was allocated to four English-language development and marketing projects from Montréal companies.

Analysis of the financial structure of the 16 production projects shows that the Fund financed 26% of the budgets; the private sector (producers and producer-related sources), 41.1%; private assistance funds, 13.9%; federal and provincial tax credits, 13.8%; federal and provincial agencies, 2.7%; and foreign participants, 2.5%. One of this year's projects, the game *Tread Marks PS2*, received programming financing from a British company .

Online Distribution

In the area of online distribution, the new resources were aimed at supporting partnerships and joint initiatives like portals, the marketing of multimedia cultural content by companies or consortiums and participation in Canadian and international markets.

The Fund supported the English and French production of a major project for children, an original initiative from Ingenuity Works Inc. (Vancouver) and Micro-Intel (Montréal). *Learning Window* will make the products from the catalogues of these two companies widely available by putting them on the Internet. Having originated in Vancouver, it is counted as an English-language project for the purposes of this annual report.

Sectoral Development

In the area of sectoral development, the objectives were to support initiatives that encourage industrial and professional development and promote the multimedia industry to the Canadian public. Through this program, the Fund provided support for a new media mentoring program at the Banff New Media Institute, multimedia training at the Institut national de l'image et du son (INIS) in Montréal and the infrastructure upgrade of the Baddeck International New Media Festival, in Cape Breton, Nova Scotia.

It should be noted that the new online distribution and sectoral development resources were not fully allocated

Geographic Breakdown of Projects

According to the location of the companies with which the Corporation signed development, production, marketing, distribution and sectoral development contracts (includes amendments to previous years' commitments)

Location	Number of Projects	Budgets	Telefilm Canada Contribution	
		In thousands of dollars	In thousands of dollars	% of budgets
Montréal	22	6,265	**2,168**	**34.6**
Toronto	12	1,883	**689**	**36.6**
SUBTOTAL	34	8,148	**2,857**	**35.1**
British Columbia	14	3,605	**1,337**	**37.1**
Alberta	4	612	**273**	**44.6**
Saskatchewan	1	183	**75**	**40.9**
Manitoba	1	20	**10**	**50.0**
Ontario (excluding Toronto)	4	1,373	**305**	**22.2**
Quebec (excluding Montréal)	2	202	**101**	**50.0**
New Brunswick	–	–	**0**	**0.0**
Nova Scotia	5	898	**172**	**19.1**
Prince Edward Island	–	–	**0**	**0.0**
Newfoundland	–	–	**0**	**0.0**
SUBTOTAL	31	6,893	**2,273**	**33.0**
TOTAL	65	15,042	**5,130**	**34.1**

this year, since they became available only at year-end. By all indications, though, we can expect high demand for both programs in 2001-02.

Focus on International Development

In accordance with the Memorandum of Understanding for the Multimedia Fund signed with the Department of Canadian Heritage in 1998, Telefilm Canada invested an additional amount of $250,000 in 2000-01 in support of the industry's various international activities.

For some years now, Telefilm has actively supported the international development of Canadian multimedia companies at MILIA in Cannes, E^3 in Los Angeles and MIM in Montréal. A fourth market was added to the list in September 2001, the Electronic Consumer Trade Show (ECTS) in London, which deals primarily with games.

While promoting the Canadian industry and its products, Telefilm also acts as a consultant on international matters for the companies that share its umbrella stand at some of these markets. Last year the Corporation hosted some 30 SMBs from across the country.

More and more, Telefilm Canada is encouraging the sharing of international expertise on new media.

To this end, it funded a series of conferences on online games and digital cinema at MIM in the fall of 2000. In addition, a Team Canada delegation shared the Corporation's stand at MILIA 2001, in Cannes. Team Canada was composed of representatives of the Department of Foreign Affaires and International Trade stationed in eight European countries. This initiative facilitated international linking and networking activities.

The Corporation has thus laid the groundwork for a lasting partnership that should extend to other federal and provincial departments and agencies in future and prove rewarding for the industry. It is important that Canada's new media industry establish a tradition of public, private, Canadian and international partnerships, as the film and television industry has done.

TOY CASTLE WEB SITE
Pixelera.com, Inc.

Other Industry Support

Telefilm Canada fosters the growth of the new media industry through other funds and programs such as the Industrial and Professional Development Fund and the Canada Showcase program.

Each year, the Corporation takes part in the Baddeck Festival, where it sponsors one of the new media sector's most highly regarded awards, accompanied by a $5,000 grant. This award is presented to an original multimedia entertainment product created by a company with 250 employees or less. In 2001, the Telefilm Canada Award went to Gillian Jackson of Decode Entertainment Inc. (Toronto) for *Angela Anaconda On-Line*.

The Corporation further supports training, research, promotion and publication initiatives by new media professionals in all regions of the country. Several industry magazines and guides (national and provincial) have been published, helping to promote Canada's resources and achievements in this area.

Financial Statements

Management Report

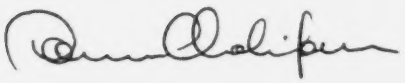
The financial statements of the Canadian Film Development Corporation are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors of the Corporation. The financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles and, where appropriate, include estimates based on the experience and judgment of management. Management is also responsible for all other information in the annual report and for ensuring that this information is consistent with the financial statements.

Management maintains books of account, financial and management control, and information systems, together with management practices designed to provide reasonable assurance that reliable and relevant information is available on a timely basis, that assets are safeguarded and controlled, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that operations are carried out effectively. These systems and practices are also designed to provide reasonable assurance that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and its regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act*, and the by-laws and policies of the Corporation.

The Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfils its responsibilities for financial reporting as stated above. The Board exercises its responsibilities through the Audit and Finance Committee, which consists of directors who are not officers of the Corporation. The Committee reviews the quarterly financial statements, as well as the annual financial statements and related reports; the Committee meets with the external auditors annually and may make recommendations to the Board of Directors with respect to these and/or related matters.

The external auditor, the Auditor General of Canada, conducts an independent examination of the financial statements, and reports to the Corporation and to the designated Minister of Canadian Heritage.

François Macerola
Executive Director



Danny Chalifour
Director – Finance and Administration

Montréal, Canada
June 15, 2001

Auditor's Report

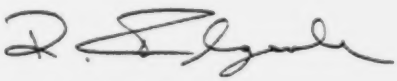
To the Minister of Canadian Heritage

I have audited the balance sheet of the Canadian Film Development Corporation as at March 31, 2001, and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2001 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. As required by the *Canadian Film Development Corporation Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, proper books of account have been kept by the Corporation and the financial statements are in agreement therewith and the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws of the Corporation.



Richard Flageole, FCA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
June 15, 2001

Balance Sheet

As at March 31, 2001

	2001	2000
	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)
ASSETS		
CURRENT ASSETS		
Receivable from Canada (note 4)	37,308	31,454
Contributions receivable from the Department of Canadian Heritage	4,490	–
Loans (note 4)	1,601	1,348
Accounts receivable	12,930	4,090
Prepaid expenses	866	540
	57,195	37,432
ACCOUNTS RECEIVABLE	2,049	–
LOANS (note 4)	2,062	4,398
INVESTMENTS	109	109
CAPITAL ASSETS (note 5)	4,322	2,113
	65,737	44,053

See accompanying notes to financial statements.

Approved by the Board:

Jeanine C. Beaubien
Chairman

	2001	2000
	(in thousands of dollars)	(in thousands of dollars)
LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA		
CURRENT LIABILITIES		
Accounts payable and accrued liabilities	**22,664**	7,339
LONG-TERM LIABILITIES		
Provision for employees' future benefits	**518**	440
Deferred lease inducements	**1,069**	879
Deferred capital funding (note 6)	**4,322**	2,113
Obligation under operating lease (note 7)	**498**	996
	6,407	4,428
EQUITY OF CANADA	**36,666**	32,286
COMMITMENTS (note 12)		
CONTINGENCIES (note 14)		
	65,737	44,053

See accompanying notes to financial statements.

Approved by Management:

François Macerola
Executive Director

Statement of Operations and Equity of Canada

Year ended March 31, 2001

	Investments	Recoveries on investments	2001 Net amount (In thousands of dollars)	2000 Net amount (In thousands of dollars)
ASSISTANCE EXPENSES				
PRODUCTION AND DEVELOPMENT				
Canadian television fund (note 10)	97,121	(13,778)	83,343	84,239
Feature film fund	23,272	(2,297)	20,975	14,472
Multimedia	7,246	(200)	7,046	5,421
Production revenue sharing program	1,308	(618)	690	1,226
Official co-productions	1,400	(413)	987	849
Commercial production fund	39	(1,118)	(1,079)	(773)
Other	447	(78)	369	322
	130,833	(18,502)	112,331	105,756
DISTRIBUTION AND MARKETING				
Feature film distribution fund	12,209	(4,597)	7,612	3,670
National and international marketing	1,557	(105)	1,452	1,073
	13,766	(4,702)	9,064	4,743
VERSIONING AND SUBTITLING	1,255	(1,116)	139	871
COMPLEMENTARY ACTIVITIES				
Pre-professional development	2,470	–	2,470	2,285
Industrial and professional development	2,337	–	2,337	1,957
Grants to Canadian festivals	2,259	–	2,259	1,908
Participation in foreign markets	1,018	–	1,018	842
Advertising, promotion and publications	540	–	540	547
Participation in foreign festivals	512	–	512	485
Other	161	–	161	170
	9,297	–	9,297	8,194
	155,151	(24,320)	130,831	119,564
OPERATING EXPENSES (note 11)			16,773	17,436
COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR			147,604	137,000
REVENUE				
Interest on loans			(36)	(26)
Other interest			(1,227)	(326)
Management fees			(5)	(9)
Other contribution (note 9)			(2,850)	(1,000)
			(4,118)	(1,361)
NET COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR BEFORE GOVERNMENT ASSISTANCE			143,486	135,639
GOVERNMENT ASSISTANCE				
Parliamentary appropriation for operations			90,015	77,605
Contributions from the Department of Canadian Heritage (note 8)			57,350	58,099
Amortization of deferred capital funding (note 6)			501	998
			147,866	136,702
NET PROFIT FROM OPERATIONS			4,380	1,063
EQUITY OF CANADA AT THE BEGINNING			32,286	31,223
EQUITY OF CANADA AT THE END			36,666	32,286

See accompanying notes to financial statements.

Cash Flow Statement

Year ended March 31, 2001

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
OPERATING ACTIVITIES		
Net profit from operations	**4,380**	1,063
Adjustments for		
Increase in long-term accounts receivable	**(2,049)**	–
Increase in the allowance for loan impairment	**4,534**	3,756
Amortization of capital assets	**438**	446
Loss on disposal of capital assets	**63**	541
Increase (decrease) in the provision for employees' future benefits	**78**	(333)
Increase in deferred lease inducements	**190**	796
Amortization of deferred capital funding	**(501)**	(998)
Increase (decrease) of obligation under operating lease	**(498)**	996
	6,635	6,267
Variations in non-working capital cash items		
Decrease (increase) in accounts receivable	**(8,840)**	1,152
Increase in contributions receivable from the Department of Canadian Heritage	**(4,490)**	–
Decrease (increase) in prepaid expenses	**(326)**	141
Increase (decrease) in accounts payable and accrued liabilities	**15,325**	(806)
	8,304	6,754
FINANCING ACTIVITIES		
Parliamentary appropriation for capital funding	**2,710**	1,295
INVESTING ACTIVITIES		
Loans	**(3,956)**	(4,649)
Repayments of loans	**1,506**	1,561
Acquisition of capital assets	**(2,710)**	(1,295)
Proceeds from disposal of capital assets	**–**	11
	(5,160)	(4,372)
INCREASE IN LIQUIDITY	**5,854**	3,677
RECEIVABLE FROM CANADA AT THE BEGINNING (note 3)	**31,454**	27,777
RECEIVABLE FROM CANADA AT THE END (note 3)	**37,308**	31,454

See accompanying notes to financial statements.

1. Authority and activities

The Corporation was established in 1967 by the *Canadian Film Development Corporation Act* with the objective of fostering and promoting the development of a feature film industry in Canada. The Corporation has since been charged with the administration of the Canadian Broadcast Program Development Fund (Television Fund) established on July 1, 1983 within the framework of the Broadcasting Strategy for Canada as well as with the management of various new programs established under the National Film and Video Policy of May 1984. The Act was amended in June 1994 to grant the Corporation the authority to guarantee loans.

In September 1996, the Minister of Canadian Heritage created the Canadian Television Fund (CTF). Created to foster a partnership between the government and the industry, this new fund brings together the Corporation's television fund and the cable distributors production fund. Two financial assistance programs constitute the CTF: the Equity Investment Program and the Licence Fee Program. The Corporation was given responsibility for the management of the Equity Investment Program.

In July 1997, the Corporation was given responsibility for the administration of the funding program in support of pre-professional development and in July 1998, the management of the Multimedia Fund.

The Corporation is a Crown corporation subject inter alia to the provisions of Part VIII of the *Financial Administration Act* as it read before its repeal in 1984 and as if it continued to be named in Schedule C of the Act.

2. Significant accounting policies

a) Financing sources of the Corporation

The Corporation obtains its funds mainly from the Government of Canada by means of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage. The portion of the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets is recorded as deferred capital funding on the balance sheet and amortized on the same basis as the related capital assets. The other portion of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage are recorded on the Statement of Operations and Equity of Canada.

b) Liquidity and amount receivable from Canada

The financial operations of the Corporation are processed through the Consolidated Revenue Fund of Canada, thus the absence of bank accounts. For the purposes of the financial statements, its liquidity consists of a receivable from Canada. The amount receivable from Canada is composed of the unused cumulative receipts and the disbursements made after year end and related to current year operations.

c) Investments and allowance for losses

Investments include all forms of assistance granted for feature films and Canadian programming, excluding loans. Investments are accounted for as follows:

- Investments granted in return for a share in operating revenues and accompanied by pre-established obligations to reimburse on a term generally not exceeding three years are shown on the balance sheet at their face value, less an allowance for losses. The allowance for losses is determined by examining each investment and is charged to operations as assistance expenses.
- Investments granted in return for a share in operating revenues, other than those accompanied by pre-established obligations to reimburse, as well as non-recoverable investments are charged to operations as assistance expenses. These expenses are charged to operations in the year in which the funds are paid or have become payable.
- Recoveries on investments, other than those recognized on the balance sheet, are credited to operations as a reduction of assistance expenses in the year in which the funds are received or have become receivable. Any proceeds in excess of the related investment are accounted for as revenues.

d) Loans and allowance for losses

The Corporation grants loans for the financing of Canadian programming, feature films and new media. Loans are shown on the balance sheet at the principal amount increased by accrued interest receivable, net of an allowance for impairment. The allowance for losses is charged to operations as assistance expenses.

A loan is considered impaired as a result of a deterioration in credit quality to the extent that the Corporation no longer has reasonable assurance that the full amount of principal and interest will be collected in accordance with the terms of the loan agreement.

The allowance for credit losses includes specific and general allowances.

Specific allowances are established for each impaired loan. The evaluation is based on the receivables taken as security and the borrower's financial situation. The carrying amount of an impaired loan is reduced to its estimated realizable value by discounting the expected future cash flows at the effective interest rate inherent in the loan.

The general allowance represents the best estimate of probable impairment attributable to the deterioration of credit quality in the remaining portfolio for which specific allowances cannot yet be determined. The amount is estimated on previous losses and management's assessment of trends in the credit quality of the loan portfolio.

e) Interest revenue

Interest on loans is recorded as income on an accrual basis except for loans that are considered impaired. When a loan becomes impaired, recognition of interest in accordance with the terms of the original loan agreement ceases.

f) Other interest revenue

Other interest revenue is recognized on an accrual basis and represents the amounts charged on all amounts, other than loans, due to the Corporation, less an allowance for losses. This allowance for losses is determined by examining each amount.

g) Capital assets

Capital assets are recorded at cost. Amortization is provided using the following methods and annual rates:

Asset	Basis	Rate
Computer installations	Diminishing balance	20%
Software	Straight-line	5 years
Furniture and equipment	Diminishing balance	20%
Leasehold improvements	Straight-line	Terms of the leases

Amounts included in work in progress are transferred to the appropriate capital asset classification upon completion and are then amortized according to the Corporation's policy.

h) Employees' future benefits

The Corporation is required to recognize certain non-pension post-employment benefits over the periods which employees render services to the Corporation. Employees are entitled to specified benefits on termination as provided for under conditions of employment, through a severance benefit plan. The Corporation recognizes the cost of future severance benefits over the periods in which the employees render services to the entity and the liability for these benefits is recorded in the accounts as the benefits accrue to employees.

i) Pension plan

Employees participate in the Public Service Superannuation Plan administered by the Government of Canada. Until March 31, 2000, the Corporation's contributions to the Plan were limited to an amount equal to the employees' contributions on account of current services. Effective April 1, 2000 the Corporation's contributions increased to an amount reflecting the full cost of the employer contributions. This amount, expressed as a percentage of employee contributions, will fluctuate from year to year depending on the experience of the Plan. The Corporation's contributions represent the total pension obligations of the Corporation and are charged to operations on a current basis. The Corporation is not required to make contributions with respect to actuarial deficiencies of the Public Service Superannuation Account. The corporation's current year's pension expense is $878,718 ($486,298 in 2000).

j) Measurement uncertainty

The preparation of financial statements in accordance with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. The allowance for losses on impaired loans, employee future benefits and contingencies are the most significant items where estimates are used. Actual results could differ from those estimates.

3. Receivable from Canada

The receivable from Canada includes the following amounts presented on the balance sheet:

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
Unused cumulative receipts	**15,550**	25,019
Disbursements made after year end and related to current year operations	**21,758**	6,435
	37,308	31,454

4. Loans and allowance for losses

Loans with a carrying value of $10,117,350 ($8,394,852 in 2000) granted for production and marketing projects in the Multimedia Fund are interest-free loans. Generally these loans are repayable in twelve consecutive equal monthly instalments beginning twelve to twenty-four months after the agreed completion date of the project. For other loans, interest charged does not exceed the prime rate plus 2 percent. The loans have a term generally not exceeding three years.

As at March 31, the loans are detailed as follows:

			2001	2000
	Amount	Allowance for losses	Net amount In thousands of dollars	Net amount In thousands of dollars
Loans	**5,584**	**(1,921)**	**3,663**	5,747
Impaired loans	**6,774**	**(6,774)**	**–**	–
	12,358	**(8,695)**	**3,663**	5,747
Less current portion	**5,631**	**(4,030)**	**1,601**	1,348
Long-term portion	**6,727**	**(4,665)**	**2,062**	4,399

The allowance for losses is detailed as follows:

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
Balance at beginning	**4,161**	525
Write-offs	**–**	(120)
Recoveries	**(7)**	(272)
Allowance	**4,541**	4,028
BALANCE AT END	**8,695**	4,161

5. Capital assets

	Cost	Accumulated amortization	2001 Net	2000 Net
			In thousands of dollars	In thousands of dollars
Leasehold improvements	**1,474**	**606**	**868**	873
Software	**4,185**	**3,090**	**1,095**	333
Computer installations	**1,582**	**1,190**	**392**	508
Furniture and equipment	**1,098**	**959**	**139**	59
Work in progress	**1,828**	**–**	**1,828**	340
	10,167	**5,845**	**4,322**	2,113

The work in progress, amounting to $1,828,000 ($340,000 in 2000) corresponds to software development and to replacement of information system infrastructure.

6. Deferred capital funding

The amount presented on the balance sheet is as follows:

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
Balance at beginning	**2,113**	1,816
Parliamentary appropriation for capital funding	**2,710**	1,295
Amortization of deferred capital funding	**(501)**	(998)
BALANCE AT END	**4,322**	2,113

7. Obligation under operating lease

In the year ended March 31, 2000, the Corporation has ceased using an asset for which a long-term lease was signed. The future net rent payable under this lease has been expensed in the year 2000. The liability appears on the balance sheet.

8. Contributions from the Department of Canadian Heritage

The contributions received from the Department of Canadian Heritage are as follows:

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
Canadian Television Fund – Equity Investment Program	**49,775**	49,775
Multimedia	**4,975**	5,750
Pre Professional Development	**2,600**	2,400
Other	**–**	174
BALANCE AT END	**57,350**	58,099

9. Other contribution

The Corporation received a contribution of $2,850,000 ($1,000,000 in 2000) from the Canadian Television Fund – Licence Fee Program, for the financing of Canadian television programming in Aboriginal languages and drama programs.

10. Canadian Television Fund – Equity Investment Program

The Equity Investment Program is financed by a contribution from the Department of Canadian Heritage and the annual operating budget of the Corporation. The cost of operations for the program excluding operating expenses is as follows:

	Corporation	Department	2001 Total	2000 Total
	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
INVESTMENTS				
Canadian programming	**46,557**	**44,214**	**90,771**	87,117
Feature films	**–**	**6,350**	**6,350**	8,646
	46,557	**50,564**	**97,121**	95,763
RECOVERIES ON INVESTMENTS	**(10,342)**	**(3,436)**	**(13,778)**	(11,524)
	36,215	**47,128**	**83,343**	84,239

11. Operating expenses

	2001 In thousands of dollars	2000 In thousands of dollars
Salaries and employee benefits	**9,649**	8,490
Professional services	**1,877**	1,428
Rent, taxes, heating and electricity	**1,465**	1,623
Office expenses	**1,460**	1,171
Travel	**881**	695
Amortization	**438**	446
Telecommunications	**213**	201
Advertising and publications	**160**	206
Hospitality	**99**	80
Relocation	**68**	231
Loss on assets disposal	**63**	541
SUB-TOTAL	**16,373**	15,112
Expenses from the Canadian Television Fund Board	**400**	366
Loss on operating lease (note 7)	**–**	1,958
TOTAL	**16,773**	17,436

12. Commitments

a) Projects

As at March 31, 2001, the Corporation is committed contractually to advance funds as loans and investments:

	Corporation	Department	Total
	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
Canadian Television Fund			
– Equity Investment Program	**14,234**	**9,926**	**24,160**
Other programs	**13,226**	**2,314**	**15,540**
	27,460	**12,240**	**39,700**

In addition the Corporation has accepted to finance projects that may call for disbursements totalling $2,022,065. Under the production revenue sharing program, the Corporation has reserved funds totalling $1,490,036 as at March 31, 2001 for the financing of projects yet to be submitted under certain conditions.

b) Leases

The Corporation has entered into long-term leases for the rental of office space and equipment used in its operations. The aggregate minimum annual rentals payable during subsequent years are as follows:

	Total (In thousands of dollars)
2002	**2,734**
2003	**2,433**
2004	**898**
2005	**705**
2006	**589**
2007-2015	**5,106**
	12,465

13. Related party transactions

The Corporation is related in terms of common ownership to all Government of Canada created departments, agencies and Crown corporations. The Corporation enters into transactions with these entities in the normal course of business. The transactions are recorded at exchange value.

14. Contingencies

The Corporation guarantees the reimbursement of loans or debts incurred by third parties with financial institutions within the loan guarantee program. The total amount of the Corporation's guarantees cannot exceed, at any time, $25,000,000. The interest rate cannot exceed the lending institutions' prime rate plus 2 percent, and eligible security must be obtained from the borrower. The guarantees as at March 31, 2001 totalled $920,196 (2000 – $1,452,379). A provision for losses is recorded when management can estimate that a loss is likely to occur.

In the normal course of business, various claims and lawsuits have been brought against the Corporation. In the opinion of management, the losses, if any, which may result from the settlement of the matters are not likely to be material, and accordingly, no provision has been made in the accounts of the Corporation. In the event that such expenses were to occur, they would be charged to expense when determined.

15. Fair value of financial assets and liabilities

The carrying amounts reported for investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities approximate their fair value due to the relatively short periods to maturity of the instruments.

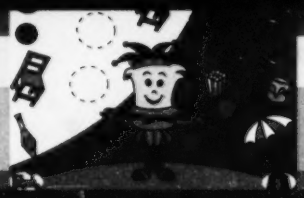
The following table represents the carrying amounts and fair values of the Corporation's other financial instruments:

	2001		2000	
	Carrying amount (In thousands of dollars)	Fair value (In thousands of dollars)	Carrying amount (In thousands of dollars)	Fair value (In thousands of dollars)
Short-term loans	**1,601**	**1,572**	1,348	1,236
Long-term loans	**2,062**	**1,796**	4,399	3,690

The fair values of loans have been established by discounting the future contractual cash flows under current loan arrangements, at discount rates equal to the prevailing market rate of interest for financial instruments having substantially the same terms and characteristics.

16. Comparative figures

Some of the 2000 comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted for 2001.



Rapport annuel

2000-2001

© Telefilm Canada

Canada

Rapport annuel

2000-2001

Telefilm Canada

Canada

Les bureaux de Téléfilm Canada

BUREAUX AU CANADA

Montréal*
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

Halifax
1684, rue Barrington
3e étage
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

Toronto
2, rue Bloor Ouest
22e étage
Toronto (Ontario)
M4W 3E2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

Vancouver
310 – 440, rue Cambie
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 2N5
Téléphone : (604) 666-1566
Télécopieur : (604) 666-7754

* Siège social et bureau des opérations du Québec

BUREAU EUROPÉEN

Paris
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Téléphone : (33-1) 44.18.35.30
Télécopieur : (33-1) 47.05.72.76

Ce rapport est publié par la direction – communications et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation de la direction – politiques, planification et recherches.

Pour obtenir des exemplaires additionnels, veuillez adresser vos demandes comme suit :

Téléfilm Canada
Direction – communications et affaires publiques
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Conception graphique
Agence Code communications

Impression
Integria Inc.

Table des matières

Téléfilm Canada, un investisseur culturel en cinéma, télévision et nouveaux médias 7

Message de la présidente du conseil d'administration 9

Les membres du conseil d'administration ont la parole 13

Régie de la Société 14

Message du directeur général 15

Téléfilm Canada au travail
Faits saillants des cinq dernières années 18

Résultats financiers 2000-2001 20

Engagements 2000-2001 21

D'un océan à l'autre 22

FAITS SAILLANTS

Une année historique : nouvelle Politique canadienne du long métrage 28

Production et développement 30

Rayonnement de l'industrie canadienne 32

Formation et développement professionnel 34

Relations internationales 35

Au cœur de la création 38

TÉLÉVISION

Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital 42

LONGS MÉTRAGES

Fonds de financement de longs métrages 56

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages 62

Nouveau Fonds du long métrage du Canada 64

NOUVEAUX MÉDIAS

Fonds pour le multimédia 68

ÉTATS FINANCIERS 74

Membres du Conseil

au 31 mars 2001

Laurier L. LaPierre, O.C.*
Président
Ottawa (Ontario)

Jeanine C. Beaubien, O.C.
Vice-présidente
Montréal (Québec)

Bluma Appel
Membre
Toronto (Ontario)

Ronald S. Bremner
Membre
Calgary (Alberta)

Louise Pelletier
Membre
Montréal (Québec)

Elvira Sánchez de Malicki
Présidente du comité de vérification
et des finances
Etobicoke (Ontario)

Sandra Macdonald
Membre d'office
Commissaire du gouvernement
à la cinématographie
Montréal (Québec)

* M. LaPierre a quitté le C.A. le 14 juin 2001

Direction

au 31 mars 2001

François Macerola
Directeur général

Danny Chalifour
Directeur – finances et administration

Danielle Dansereau
Directrice – communications
et affaires publiques

Guy DeRepentigny
Directeur – politiques,
planification et recherches

Peter Katadotis
Directeur – operations canadiennes

Stella Riggi
Directrice – ressources humaines

Johanne St-Arnauld
Directrice – relations internationales

John P. Pelletier
Conseiller juridique général
Secrétaire du Conseil d'administration

Lettre à la Ministre

Montréal, le 29 juin 2001

L'honorable Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien
Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 33e rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2001.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

La présidente,

Jeanine C. Beaubien, O.C.

Direction et employés cadres

au 29 juin 2001

François Macerola
Directeur général

OPÉRATIONS CANADIENNES

Peter Katadotis
Directeur – opérations canadiennes

Bureau de l'Ontario

Karen Franklin
Directrice – opérations
Ontario

John Fulton
Directeur – unité d'affaires
longs métrages et multimédia

John Galway
Directeur – unités d'affaires
télévision

Bureau du Québec

Joëlle Levie
Directrice – opérations
Québec

Pierre Even
Directeur – unité d'affaires
longs métrages

Michel Pradier
Chef – unité d'affaires
télévision

Bureau de la région de l'Atlantique

Ralph Holt
Directeur – opérations
Région de l'Atlantique

Bureau de la région de l'Ouest

Elizabeth Friesen
Directrice – opérations
Région de l'Ouest

John Dippong
Directeur – unité d'affaires
longs métrages

Lauren Davis
Directrice – unité d'affaires
télévision

COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

Danielle Dansereau
Directrice – communications
et affaires publiques

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Directeur – finances et administration

Marina Darveau
Contrôleure

Carolle Brabant
Directrice – systèmes, technologies
et gestion des contrats

POLITIQUES, PLANIFICATION ET RECHERCHES

Guy DeRepentigny
Directeur – politiques,
planification et recherches

RELATIONS INTERNATIONALES

Johanne St-Arnauld
Directrice – relations internationales

Sheila de La Varende
Directrice – bureau européen

RESSOURCES HUMAINES

Stella Riggi
Directrice – ressources humaines

SERVICES JURIDIQUES ET SECRÉTARIAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

John P. Pelletier
Conseiller juridique général et
Secrétaire du conseil d'administration

Téléfilm Canada, un investisseur culturel en cinéma, télévision et nouveaux médias

TÉLÉFILM CANADA EN BREF

En tant qu'investisseur appuyant des œuvres à contenu canadien élevé, destinées à la télévision, au cinéma et aux nouveaux médias, Téléfilm Canada répond aux aspirations culturelles des Canadiens.

La Société offre à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité – longs métrages, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et produits pour les nouveaux médias – reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle. En 2000-2001, Téléfilm Canada a ainsi appuyé le développement et la production de près de 800 projets.

Le soutien de la Société favorise aussi la plus large diffusion possible des œuvres canadiennes au pays et à l'étranger en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de l'industrie dans les festivals, marchés et autres événements nationaux et internationaux.

Téléfilm accorde surtout des investissements en production mais aussi des avances, des prêts, des cautionnements de prêts, des marges de crédit et des subventions. Les sommes qu'elle récupère sont réinvesties dans l'industrie.

Téléfilm Canada administre par ailleurs les accords de coproduction du Canada avec 57 pays et agit à titre d'expert conseil en matière de développement culturel, tant au pays qu'à l'étranger.

La Société relève du ministère du Patrimoine canadien. Elle a cinq bureaux dont quatre au Canada, soit à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax, et un bureau européen, à Paris.

En 2000-2001, la contribution de Téléfilm Canada à l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias a été de 179,4 millions de dollars.

LES GRANDES ÉTAPES DE L'HISTOIRE DE TÉLÉFILM CANADA

1967
Le gouvernement du Canada alloue 10 millions de dollars à la nouvelle Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC), créée dans le but de soutenir l'industrie du cinéma. Cette somme se révélera rapidement insuffisante.

1968
Ouverture des bureaux de la Société à Montréal et à Toronto.

Les années 70 : des ressources enfin stables et permanentes

1971
Le gouvernement du Canada accorde 10 millions de dollars additionnels à la Société, ce qui porte la contribution gouvernementale à 20 millions de dollars.

1976
Le budget de la SDICC augmente de 5 millions de dollars pour atteindre 25 millions de dollars et le gouvernement décide de financer la SDICC par l'entremise d'une allocation parlementaire annuelle.

Les années 80 : la décennie du boom

1983
Création du Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision dans le but de donner une nouvelle impulsion à la télévision canadienne. À cette époque, 85 % des émissions présentées aux heures de grande écoute sur les ondes canadiennes étaient étrangères.

1984
La SDICC prend le nom de Téléfilm Canada pour mieux refléter l'éventail de ses activités du côté du film et de la télévision.

Ouverture des bureaux de Vancouver et de Halifax. Téléfilm Canada prend aussi la responsabilité du bureau de Paris et du bureau des festivals, qui relevaient auparavant du ministère des Communications. La même année, la Société verra augmenter ses responsabilités quant au développement des projets et à leur mise en marché au pays et à l'étranger.

1986
Création du Fonds de financement de longs métrages afin de soutenir les œuvres des cinéastes canadiens. Ce fonds jouera un rôle déterminant quant à l'essor de notre cinéma.

1988
Création du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages, qui offre aux compagnies de distribution canadiennes la possibilité d'obtenir une marge de crédit, afin d'assurer la plus large diffusion possible des films canadiens sur les marchés.

Les années 90 : diversification et augmentation des partenariats nationaux et internationaux

1996

Création du Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes (maintenant appelé le Fonds canadien de télévision), un partenariat public-privé innovateur entre le gouvernement du Canada et l'industrie de la télévision par câble, dont le budget est d'environ 215 millions de dollars. Téléfilm Canada administre le Programme de participation au capital de ce fonds.

1998

Création du Fonds pour le multimédia, doté de 30 millions de dollars pour une période de cinq ans. Ce fonds a pour but d'appuyer la créativité à l'ère numérique et de permettre à l'industrie canadienne de se positionner favorablement dans le champ des nouvelles technologies.

Parallèlement, le nombre de coproductions internationales croît considérablement depuis 1995, les devis totaux augmentant de 250 millions de dollars à plus d'un demi-milliard de dollars.

Le IIIe millénaire : une vision à longue échéance

2000

Lancement d'une nouvelle Politique canadienne du long métrage intitulée *Du scénario à l'écran*. Le nouveau Fonds du long métrage du Canada est un élément clé de cette politique. Le FLMC est entré en vigueur le 1er avril 2001 et son budget annuel est de 100 millions de dollars par année, soit le double des ressources disponibles auparavant pour le long métrage.

2001-2002

Lancement d'un plan d'affaires quinquennal pour les exercices 2001-2002 à 2005-2006, qui inspirera les investissements et les initiatives régionales, nationales et internationales de Téléfilm Canada.

Pour plus de renseignements : www.telefilm.gc.ca

Message de la présidente du conseil d'administration

Au Festival international du film de Cannes 2001 s'est produit ce qui apparaît à première vue comme un véritable miracle culturel. La Caméra d'or du Meilleur premier long métrage a été décernée au cinéaste inuit Zacharias Kunuk pour *Atanarjuat (L'Homme nu)*, un long métrage inspiré d'une légende inuite, tourné à Igloolik, dans le Grand Nord canadien, avec des comédiens amateurs inuits.

Miracle, vraiment, ce prix international décerné à une production en inuktitut, venue du bout du monde ? Je pense qu'il faut plutôt souligner que ce film remarquable est né d'une passion, celle de raconter des histoires et de tourner des images, et d'un besoin impérieux de témoigner, puisqu'il recrée une légende ancestrale, transmise précieusement de génération en génération. Zacharias Kunuk a su créer, à partir de la tradition orale de son peuple, un produit éminemment moderne, un long métrage !

Lui et son équipe ont fait œuvre de pionniers. Ils ont démontré qu'un film créé en toute sincérité et simplicité, en dehors des centres de financement, de production et de diffusion, pouvait s'avérer un chef-d'œuvre, recevoir les plus grands éloges et faire le tour du monde.

L'exemple d'*Atanarjuat* est d'autant plus intéressant qu'il illustre en quelque sorte la grande aventure du cinéma canadien. Avec peu de moyens et un marché intérieur limité, mais avec beaucoup de détermination, de talent et même d'ambition, le cinéma canadien s'est peu à peu imposé à travers le monde par ses qualités uniques. Chaque cinéaste, à sa façon, ouvre des portes. Il en est de même des artistes et des artisans de notre télévision, et maintenant, des nouveaux médias.

La carrière de Zacharias Kunuk en long métrage ne fait que commencer : sa prochaine œuvre racontera les premières rencontres entre les Inuits et les missionnaires. Une histoire passionnante, comme il y en a des milliers au Canada. Certaines ont déjà été racontées et font partie de notre patrimoine culturel, mais bien d'autres, tout aussi fascinantes, restent à découvrir. Il faut faire en sorte que ces histoires inédites prennent vie, dans toutes les régions, en français, en anglais, en langues autochtones et, pourquoi pas, dans d'autres langues parlées au pays, et viennent témoigner de notre diversité culturelle et linguistique, enfin pleinement assumée.

Jeanne C. Beaubien, O.C.

Un appui public essentiel

Le gouvernement canadien appuie avec beaucoup de force et de conviction le développement culturel de ce pays. Et ses investissements ont du succès, comme le démontrent l'exemple d'*Atanarjuat* et une trentaine de prix internationaux récoltés chaque année.

Sur le plan du long métrage, l'exercice 2000-2001 constitue une année historique. En octobre dernier, en annonçant la nouvelle Politique canadienne du long métrage et la création du Fonds du long métrage du Canada, doté d'un budget de 100 millions de dollars par année, la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, lançait un message clair : le cinéma est plus que jamais prioritaire, donnons-lui enfin les moyens de ses ambitions. La création du Fonds a été une opération d'envergure, un travail conjoint du ministère du Patrimoine canadien, de Téléfilm Canada et de l'industrie du cinéma de toutes les régions, dont l'apport s'est révélé très important au cours de nos nombreuses consultations.

L'heure est aux partenariats des secteurs public et privé. Le partenariat avec le Fonds canadien de télévision continue d'être fructueux et nous avons travaillé avec le comité consultatif du Fonds pour le multimédia comme nous collaborerons avec le groupe consultatif permanent du Fonds du long métrage du Canada nommé par la ministre du Patrimoine canadien. Ce dialogue permanent avec des représentants clés du secteur privé nous permet de ne jamais perdre de vue les besoins concrets de l'industrie.

10 - 17

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Une cuvée remarquable

Sur le plan de la création et du rayonnement des produits canadiens, l'exercice 2000-2001 a été exemplaire à plus d'un titre :

- record des projets en développement et en production ;
- record de la production issue des régions, de St-Jean (Terre-Neuve) à Victoria (Colombie-Britannique) ;
- nombreux succès d'auditoires à la télévision et en salles ;
- record de la participation canadienne aux marchés internationaux ;
- présence canadienne remarquée dans les grands festivals internationaux dont Cannes, Berlin, Rotterdam, Annecy et Sundance.

Grâce à des scénaristes et à des réalisateurs de grand talent, la production canadienne continue d'illustrer les multiples facettes de l'expérience humaine.

Mentionnons, entre autres, les dramatiques *Fortier*, *2 Frères*, *Cold Squad*, *Da Vinci's Inquest*, *Blue Murder*, *Lucky Girl*, *The Sheldon Kennedy Story*, *Made in Canada* ; les émissions pour enfants *Screech Owls*, *Sciences Point Com*, *Incredible Story Studio*, *Eckhart*, *Ollie's Under-the-Bed Adventures* ; les documentaires *Jailhouse Romance*, *My Left Breast*, *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler*, *Quiet Places*, *The Disciples*, *Les 30 journées qui ont fait le Québec*, *Une Révolution tranquille – une histoire populaire du Québec* et *T'lina*, *The Rendering of Wealth* ; et des variétés, telles *Un air de famille* et *Adventures in Comedy*.

La cuvée des longs métrages comprend *Maelström* de Denis Villeneuve, *waydowntown* de Gary Burns, *The Law of Enclosures* de John Greyson, *Lost and Delirious* de Léa Pool, *Love Come Down* de Clement Virgo, *Hey, Happy!* de Noam Gonick et *La Femme qui boit* de Bernard Émond, qui ont reçu un excellent accueil international. La France a rendu un hommage bien mérité à David Cronenberg : rétrospective et exposition au Centre culturel canadien à Paris et à l'Espace Cardin, publication spéciale des *Cahiers du cinéma*, etc. Ici, au pays, il faut rappeler le succès de *Hochelaga*, de *Les Boys II*, de *15 février 1839*, de *New Waterford Girl* et de *Parsley Days*.

Du côté des nouveaux médias, *The Toy Castle Website*, *Cyber Film School*, *Buddy Brush and the Painted Circus*, *Encyclopedia of British Columbia*, *La Nouvelle-France – Sur la route des explorateurs* et le site Internet *Izzigo* (sur la série *Contes pour tous*) illustrent le génie canadien en matière de nouvelles technologies de création.

Un plan d'affaires à longue échéance

En 2001-2002, le budget de Téléfilm sera de quelque 225 millions de dollars. La Société sera plus active et présente que jamais dans tous les secteurs d'activité de l'industrie, du développement des projets à leur rayonnement international. Notre action sera guidée par notre nouveau plan d'affaires, un plan d'envergure qui couvre les exercices 2001-2006.

Ce plan reflète un vaste consensus au sein du conseil d'administration et de l'ensemble de l'équipe de Téléfilm Canada. Il réaffirme et précise la mission fondamentale de Téléfilm Canada, qui est d'investir dans la production de contenus nationaux de grande qualité afin de répondre aux aspirations culturelles de tous les Canadiens. En soutenant les industries du film, de la télévision et des nouveaux médias, Téléfilm Canada appuiera et encouragera une plus grande diversité de voix et de modes d'expression, qui rejoignent des auditoires de plus en plus larges, autant au Canada qu'à l'étranger.

Face à un milieu en constante évolution, Téléfilm Canada entend aussi améliorer sa régie, son infrastructure et ses outils de gestion, miser sur la compétence et l'expertise professionnelle de son équipe, s'investir encore davantage dans le développement de relations internationales fructueuses et durables, tout en privilégiant une meilleure synergie d'entreprise et une plus grande cohésion des communications institutionnelles.

Le plan d'affaires s'articule autour de quatre grands objectifs :

- appuyer les productions canadiennes originales et de grande qualité ;
- accroître les auditoires et le nombre d'utilisateurs des produits canadiens ;
- appuyer et stimuler la diversité culturelle du Canada, sa dualité linguistique ainsi que les modes d'expression tels qu'ils se manifestent dans l'ensemble des genres, des formats, des entreprises et des régions ;
- être une société d'État responsable et d'avant-garde faisant appel aux pratiques d'affaires les plus novatrices.

Comité sur la diversité linguistique et culturelle

Téléfilm Canada entend mieux refléter l'évolution démographique du Canada et de sa mosaïque culturelle. La Société a créé un comité dont le but est de réviser les politiques et les processus de ses programmes pour encourager la production et la distribution multiculturelle et ethnique, de même que la production et la distribution dans une langue autre que le français et l'anglais. Ce comité relève de la présidence du conseil d'administration. Un responsable de la réalisation de cet objectif sera nommé en 2001-2002.

Le comité s'est doté d'un plan d'action et mise sur une collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et le Fonds canadien de télévision (FCT) pour faciliter et encourager l'accès des groupes ethniques et des groupes minoritaires canadiens aux ressources existantes. Téléfilm organisera à l'automne 2001 une table ronde sur la diversité linguistique et culturelle. La Société souhaite que les protocoles de ses Fonds permettent plus d'ouverture sur le plan de la diversité linguistique et culturelle, comme c'est le cas pour le Fonds du long métrage du Canada. Par ailleurs, Téléfilm étudiera avec le FCT la possibilité de mettre en place des enveloppes et des primes qui encourageraient une meilleure représentation des groupes ethniques au petit et au grand écran. Téléfilm consultera les milieux ethniques afin de les informer de son mandat et de ses programmes et d'évaluer leurs besoins de formation ; ainsi, un budget a déjà été prévu à des fins de développement professionnel.

De plus, la Société fera en sorte que sa propre équipe reflète davantage la société canadienne dans son ensemble.

Un rôle actif pour le conseil d'administration de Téléfilm Canada

Le rôle du conseil d'administration a été précisé au cours de l'exercice, ses membres ayant adopté un énoncé de régie officiel qui s'inspire des directives du Conseil du Trésor et du ministère des Finances publiées dans le document *La Régie des sociétés d'État et autres entreprises publiques*. Le conseil s'assure notamment que Téléfilm Canada assume pleinement son rôle en ce qui concerne le développement de l'industrie et les intérêts culturels du public canadien.

Le conseil a créé plusieurs comités de travail, dont un sur la vérification et les finances, qui travaille avec la direction pour que les pratiques d'affaires assurent la transparence et l'imputabilité des activités de la Société ; un comité sur la diversité culturelle, qui s'est doté d'un plan d'action pour 2001-2002 ; et un comité sur la régie de l'organisme qui doit s'assurer que le mode de fonctionnement de Téléfilm réponde aux besoins actuels et futurs de l'industrie.

Lors de ses rencontres dans différentes villes du pays, le conseil se fait toujours un point d'honneur de rencontrer des représentants de l'industrie afin de mieux comprendre leurs inquiétudes et priorités, qu'il s'agisse de la télévision, du long métrage ou des nouveaux médias. À Halifax, Vancouver, Toronto et Montréal, nos interlocuteurs nous ont incités, au cours de la dernière année, à maintenir la diversité des modes de financement de Téléfilm, à encourager le pluralisme des voix dans un contexte de consolidation de l'industrie, tout en tenant compte de la maturité et de la performance des entreprises. La consultation nationale sur le long métrage qui a eu lieu en novembre et en décembre 2000 a confirmé ces préoccupations.

Nous avons été heureux de constater que Téléfilm, en tant qu'organisme public, est vue comme un catalyseur important des talents canadiens, et comme un levier essentiel du contenu culturel canadien. Nos interlocuteurs étaient en faveur d'un guichet unique pour l'industrie, et Téléfilm est perçue comme l'instrument privilégié de cet objectif.

Téléfilm Canada continuera d'être une force active et efficace en cinéma, en télévision et dans les nouveaux médias et cela, en favorisant une approche d'ouverture et de partenariat avec les autres organismes de financement du pays, le secteur privé et nos partenaires étrangers. Nous allons miser sur la convergence et l'intégration des médias, ce qui exigera une capacité d'adaptation et beaucoup de souplesse dans l'administration de nos Fonds. En ce domaine, nous serons très attentifs à l'évolution des marchés nationaux et internationaux. Le développement international de l'industrie est plus que jamais à l'ordre du jour.

Une cuvée remarquable

Sur le plan de la création et du rayonnement des produits canadiens, l'exercice 2000-2001 a été exemplaire à plus d'un titre :

- record des projets en développement et en production ;
- record de la production issue des régions, de St-Jean (Terre-Neuve) à Victoria (Colombie-Britannique) ;
- nombreux succès d'auditoires à la télévision et en salles ;
- record de la participation canadienne aux marchés internationaux ;
- présence canadienne remarquée dans les grands festivals internationaux dont Cannes, Berlin, Rotterdam, Annecy et Sundance.

Grâce à des scénaristes et à des réalisateurs de grand talent, la production canadienne continue d'illustrer les multiples facettes de l'expérience humaine.

Mentionnons, entre autres, les dramatiques *Fortier*, *2 Frères*, *Cold Squad*, *Da Vinci's Inquest*, *Blue Murder*, *Lucky Girl*, *The Sheldon Kennedy Story*, *Made in Canada*, les émissions pour enfants *Screech Owls*, *Sciences Point Com*, *Incredible Story Studio*, *Eckhart*, *Ollie's Under-the-Bed Adventures*, les documentaires *Jailhouse Romance*, *My Left Breast*, *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler*, *Quiet Places*, *The Disciples*, *Les 30 journées qui ont fait le Québec*, *Une Révolution tranquille – une histoire populaire du Québec* et *T'Lina*, *The Rendering of Wealth*, et des variétés, telles *Un air de famille* et *Adventures in Comedy*.

La cuvée des longs métrages comprend *Maelström* de Denis Villeneuve, *waydowntown* de Gary Burns, *The Law of Enclosures* de John Greyson, *Lost and Delirious* de Léa Pool, *Love Come Down* de Clement Virgo, *Hey, Happy!* de Noam Gonick et *La Femme qui boit* de Bernard Émond, qui ont reçu un excellent accueil international. La France a rendu un hommage bien mérité à David Cronenberg : rétrospective et exposition au Centre culturel canadien à Paris et à l'Espace Cardin, publication spéciale des *Cahiers du cinéma*, etc. Ici, au pays, il faut rappeler le succès de *Hochelaga*, de *Les Boys II*, de *15 février 1839*, de *New Waterford Girl* et de *Parsley Days*.

Du côté des nouveaux médias, *The Toy Castle Website*, *Cyber Film School*, *Buddy Brush and the Painted Circus*, *Encyclopedia of British Columbia*, *La Nouvelle-France – Sur la route des explorateurs* et le site Internet *Izzigo* (sur la série *Contes pour tous*) illustrent le génie canadien en matière de nouvelles technologies de création.

Un plan d'affaires à longue échéance

En 2001-2002, le budget de Téléfilm sera de quelque 225 millions de dollars. La Société sera plus active et présente que jamais dans tous les secteurs d'activité de l'industrie, du développement des projets à leur rayonnement international. Notre action sera guidée par notre nouveau plan d'affaires, un plan d'envergure qui couvre les exercices 2001-2006.

Ce plan reflète un vaste consensus au sein du conseil d'administration et de l'ensemble de l'équipe de Téléfilm Canada. Il réaffirme et précise la mission fondamentale de Téléfilm Canada, qui est d'investir dans la production de contenus nationaux de grande qualité afin de répondre aux aspirations culturelles de tous les Canadiens. En soutenant les industries du film, de la télévision et des nouveaux médias, Téléfilm Canada appuiera et encouragera une plus grande diversité de voix et de modes d'expression, qui rejoignent des auditoires de plus en plus larges, autant au Canada qu'à l'étranger.

Face à un milieu en constante évolution, Téléfilm Canada entend aussi améliorer sa régie, son infrastructure et ses outils de gestion, miser sur la compétence et l'expertise professionnelle de son équipe, s'investir encore davantage dans le développement de relations internationales fructueuses et durables, tout en privilégiant une meilleure synergie d'entreprise et une plus grande cohésion des communications institutionnelles.

Le plan d'affaires s'articule autour de quatre grands objectifs :

- appuyer les productions canadiennes originales et de grande qualité ;
- accroître les auditoires et le nombre d'utilisateurs des produits canadiens ;
- appuyer et stimuler la diversité culturelle du Canada, sa dualité linguistique ainsi que les modes d'expression tels qu'ils se manifestent dans l'ensemble des genres, des formats, des entreprises et des régions ;
- être une société d'État responsable et d'avant-garde faisant appel aux pratiques d'affaires les plus novatrices.

Comité sur la diversité linguistique et culturelle

Téléfilm Canada entend mieux refléter l'évolution démographique du Canada et de sa mosaïque culturelle. La Société a créé un comité dont le but est de revoir les politiques et les processus de ses programmes pour encourager la production et la distribution multiculturelle et ethnique, de même que la production et la distribution dans une langue autre que le français et l'anglais. Ce comité relève de la présidence du conseil d'administration. Un responsable de la réalisation de cet objectif sera nommé en 2001-2002.

Le comité s'est doté d'un plan d'action et mise sur une collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et le Fonds canadien de télévision (FCT) pour faciliter et encourager l'accès des groupes ethniques et des groupes minoritaires canadiens aux ressources existantes. Téléfilm organisera à l'automne 2001 une table ronde sur la diversité linguistique et culturelle. La Société souhaite que les protocoles de ses Fonds permettent plus d'ouverture sur le plan de la diversité linguistique et culturelle, comme c'est le cas pour le Fonds du long métrage du Canada. Par ailleurs, Téléfilm étudiera avec le FCT la possibilité de mettre en place des enveloppes et des crédits qui encourageraient une meilleure représentation des groupes ethniques au petit et au grand écran. Téléfilm consultera les milieux ethniques afin de les informer de son mandat et de ses programmes et d'évaluer leurs besoins de formation ; ainsi, un budget a déjà été prévu à des fins de développement professionnel.

De plus, la Société fera en sorte que sa propre équipe reflète davantage la société canadienne dans son ensemble.

Un rôle actif pour le conseil d'administration de Téléfilm Canada

Le rôle du conseil d'administration a été précisé au cours de l'exercice, ses membres ayant adopté un énoncé de régie officiel qui s'inspire des directives du Conseil du Trésor et du ministère des Finances publiées dans le document *La Régie des sociétés d'État et autres entreprises publiques*. Le conseil s'assure notamment que Téléfilm Canada assume pleinement son rôle en ce qui concerne le développement de l'industrie et les intérêts culturels du public canadien.

Le conseil a créé plusieurs comités de travail, dont un sur la vérification et les finances, qui travaille avec la direction pour que les pratiques d'affaires assurent la transparence et l'imputabilité des activités de la Société ; un comité sur la diversité culturelle, qui s'est doté d'un plan d'action pour 2001-2002 ; et un comité sur la régie de l'organisme qui doit s'assurer que le mode de fonctionnement de Téléfilm répondra aux besoins actuels et futurs de l'industrie.

Lors de ses rencontres dans différentes villes du pays, le conseil se fait toujours un point d'honneur de rencontrer des représentants de l'industrie afin de mieux comprendre leurs inquiétudes et priorités, qu'il s'agisse de la télévision, du long métrage ou des nouveaux médias. À Halifax, Vancouver, Toronto et Montréal, nos interlocuteurs nous ont incités, au cours de la dernière année, à maintenir la diversité des modes de financement de Téléfilm, à encourager le pluralisme des voix dans un contexte de consolidation de l'industrie, tout en tenant compte de la maturité et de la performance des entreprises. La consultation nationale sur le long métrage qui a eu lieu en novembre et en décembre 2000 a confirmé ces préoccupations.

Nous avons été heureux de constater que Téléfilm, en tant qu'organisme public, est vue comme un catalyseur important des talents canadiens, et comme un levier essentiel du contenu culturel canadien. Nos interlocuteurs étaient en faveur d'un guichet unique pour l'industrie, et Téléfilm est perçue comme l'instrument privilégié de cet objectif.

Téléfilm Canada continuera d'être une force active et efficace en cinéma, en télévision et dans les nouveaux médias et cela, en favorisant une approche d'ouverture et de partenariat avec les autres organismes de financement du pays, le secteur privé et nos partenaires étrangers. Nous allons miser sur la convergence et l'intégration des médias, ce qui exigera une capacité d'adaptation et beaucoup de souplesse dans l'administration de nos Fonds. En ce domaine, nous serons très attentifs à l'évolution des marchés nationaux et internationaux. Le développement international de l'industrie est plus que jamais à l'ordre du jour.

Mille mercis !

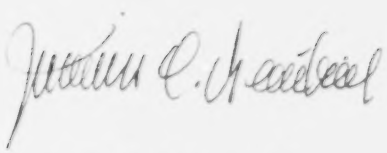
C'est avec un grand regret que nous avons appris le départ de Laurier L. LaPierre, O.C., le 15 juin 2001, après un mandat de près de trois ans à la présidence de notre conseil d'administration. M. LaPierre a fait preuve d'un leadership et d'un engagement de tous les instants, et nous sommes persuadés qu'il jouera un rôle important comme sénateur.

Sandra Macdonald a quitté le conseil de Téléfilm, dont elle était membre d'office à titre de commissaire du gouvernement à la cinématographie. Son expertise du long métrage, de la télévision et des nouvelles technologies a été fort appréciée. C'est avec plaisir que nous accueillons au conseil le nouveau commissaire du gouvernement à la cinématographie, Jacques Bensimon. Ce grand professionnel apportera certainement une contribution importante aux travaux du conseil et à la réalisation de notre plan d'affaires.

Au nom du conseil, je tiens à remercier François Macerola, qui quitte son poste de directeur général de Téléfilm après un mandat de six ans. Homme de cœur et de vision, M. Macerola a donné une nouvelle impulsion à Téléfilm. Son mandat a été marqué par une augmentation considérable des responsabilités et du budget de la Société, sans oublier la mise en œuvre de nouveaux partenariats entre le gouvernement, la Société et le secteur privé, dont le Fonds canadien de télévision. François Macerola a engagé Téléfilm sur la voie des nouvelles technologies et a été l'un des plus fervents artisans du nouveau cadre de soutien au long métrage. Il a également misé sur les relations internationales, de sorte que notre industrie s'illustre plus que jamais sur le plan des coproductions et des exportations. Ouvert au changement, toujours désireux d'améliorer les services à l'industrie, et tout particulièrement aux P.M.E., François Macerola laisse un bel héritage culturel.

Tous nos remerciements, aussi, à Peter Katadotis, qui nous quitte après avoir relevé pendant 13 ans le lourd défi de la direction des opérations canadiennes. Son équipe a beaucoup contribué à l'essor et au succès des investissements publics dans toutes les régions du pays. Le professionnalisme de Peter Katadotis, son engagement profond envers l'industrie, sa capacité d'écoute et sa volonté de répondre aux besoins régionaux tout en préservant une vision globale du mandat de la Société auront été des atouts importants pour Téléfilm, pendant les périodes difficiles comme pendant les périodes d'expansion.

En terminant, je salue les artistes et les artisans du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias du pays. Votre talent et votre dynamisme sont des sources de fierté pour les Canadiens et les Canadiennes.



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Merci, sénateur LaPierre !

Historien de grand renom et communicateur émérite, Laurier L. LaPierre, O.C., a été nommé membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada en 1997. Il est devenu président du conseil en 1998 et s'est illustré à ce poste jusqu'à sa nomination au Sénat canadien en juin 2001.

La culture de M. LaPierre et sa connaissance du milieu de la télédiffusion ont été des atouts inestimables pour Téléfilm Canada au moment où la Société connaissait une ère d'expansion sans précédent et définissait les objectifs et stratégies du troisième millénaire.

Ardent défenseur de la culture canadienne, Laurier L. LaPierre a multiplié les rencontres entre le conseil et l'industrie, d'un océan à l'autre. Il vouait une profonde admiration aux artistes et artisans du secteur du film, de la télévision et des nouveaux médias. En ce sens, il aura été une véritable source d'inspiration pour nous tous.

Mille mercis !

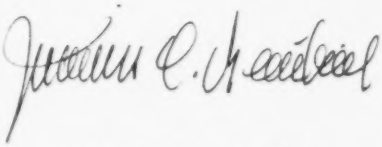
C'est avec un grand regret que nous avons appris le départ de Laurier L. LaPierre, O.C., le 13 juin 2001, après un mandat de près de trois ans à la présidence de notre conseil d'administration. M. LaPierre a fait preuve d'un leadership et d'un engagement de tous les instants, et nous sommes persuadés qu'il jouera un rôle important comme sénateur.

Sandra Macdonald a quitté le conseil de Téléfilm, dont elle était membre d'office à titre de commissaire du gouvernement à la cinématographie. Son expertise du long métrage, de la télévision et des nouvelles technologies a été fort appréciée. C'est avec plaisir que nous accueillons au conseil le nouveau commissaire du gouvernement à la cinématographie, Jacques Bensimon. Ce grand professionnel apportera certainement une contribution importante aux travaux du conseil et à la réalisation de notre plan d'affaires.

Au nom du conseil, je tiens à remercier François Macerola, qui quitte son poste de directeur général de Téléfilm après un mandat de six ans. Homme de cœur et de vision, M. Macerola a donné une nouvelle impulsion à Téléfilm. Son mandat a été marqué par une augmentation considérable des responsabilités et du budget de la Société, sans oublier la mise en œuvre de nouveaux partenariats entre le gouvernement, la Société et le secteur privé, dont le Fonds canadien de télévision. François Macerola a engagé Téléfilm sur la voie des nouvelles technologies et a été l'un des plus fervents artisans du nouveau cadre de soutien au long métrage. Il a également misé sur les relations internationales, de sorte que notre industrie s'illustre plus que jamais sur le plan des coproductions et des exportations. Ouvert au changement, toujours désireux d'améliorer les services à l'industrie, et tout particulièrement aux P.M.E., François Macerola laisse un bel héritage culturel.

Tous nos remerciements, aussi, à Peter Katadotis, qui nous quitte après avoir relevé pendant 13 ans le lourd défi de la direction des opérations canadiennes. Son équipe a beaucoup contribué à l'essor et au succès des investissements publics dans toutes les régions du pays. Le professionnalisme de Peter Katadotis, son engagement profond envers l'industrie, sa capacité d'écoute et sa volonté de répondre aux besoins régionaux tout en préservant une vision globale du mandat de la Société auront été des atouts importants pour Téléfilm, pendant les périodes difficiles comme pendant les périodes d'expansion.

En terminant, je salue les artistes et les artisans du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias du pays. Votre talent et votre dynamisme sont des sources de fierté pour les Canadiens et les Canadiennes.



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Merci, sénateur LaPierre !

Historien de grand renom et communicateur émérite, Laurier L. LaPierre, O.C., a été nommé membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada en 1997. Il est devenu président du conseil en 1998 et s'est illustré à ce poste jusqu'à sa nomination au Sénat canadien en juin 2001.

La culture de M. LaPierre et sa connaissance du milieu de la télédiffusion ont été des atouts inestimables pour Téléfilm Canada au moment où la Société connaissait une ère d'expansion sans précédent et définissait les objectifs et stratégies du troisième millénaire.

Ardent défenseur de la culture canadienne, Laurier L. LaPierre a multiplié les rencontres entre le conseil et l'industrie, d'un océan à l'autre. Il vouait une profonde admiration aux artistes et artisans du secteur du film, de la télévision et des nouveaux médias. En ce sens, il aura été une véritable source d'inspiration pour nous tous.

Les membres du conseil d'administration ont la parole

Bluma Appel
(Toronto)
« C'est un privilège de faire partie du conseil de Téléfilm Canada. Les membres du conseil forment une équipe très engagée, dont le leadership fait preuve de force et de créativité. Téléfilm joue un rôle déterminant en appuyant les talents canadiens et en contribuant à leur développement. Ces efforts ont été couronnés de succès, et la Société bénéficie d'une reconnaissance et d'un respect qui ne cessent de croître. Le défi que nous avons à relever est grand – et les demandes sont encore plus élevées. Téléfilm vit une époque à la fois exigeante et fascinante. »

Ronald S. Bremner
(Calgary)
« Téléfilm Canada et son conseil d'administration font face à un formidable défi : nous devons être capables de jumeler des créations de calibre international avec une imputabilité financière rigoureuse. Cette année, nous avons amélioré les outils nécessaires au développement, à la production, à la mise en marché et à la distribution des films canadiens. Et quand les histoires uniques du Canada auront trouvé la place de choix qui leur revient dans tous les médias de communication, au pays et à l'étranger, nous aurons atteint notre but. »

Louise Pelletier
(Montréal)
« Il est important que Téléfilm Canada soit à l'écoute de l'industrie, et que les politiques de la Société assurent le respect et le développement de tous les secteurs d'activité dont, bien sûr, celui des créateurs, qui sont à la base même de la production. Les questions d'imputabilité et de transparence doivent par ailleurs continuer d'être à l'ordre du jour. A ce niveau, les consultations pour la mise en œuvre du Fonds du long métrage du Canada ont été importantes. Ce fonds devrait contribuer à la vitalité de l'industrie du cinéma tout comme le Fonds canadien de télévision a été déterminant pour la création et l'écoute télévisuelles. »

Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)

« Je suis très heureuse du travail que j'ai pu accomplir l'année dernière en tant que présidente du comité de la vérification et des finances et présidente du comité sur la diversité linguistique et culturelle. Nous avons fait de grands pas. L'objectif de diversité culturelle fait partie intégrante de notre plan d'affaires quinquennal. L'année prochaine, je compte m'intéresser de plus près aux nouveaux médias. Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est passionnant. La Société appuie l'émergence de nouveaux talents tout en contribuant à l'économie de ce pays. »

Sandra Macdonald
(Montréal)

« En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, j'apporte au conseil d'administration de Téléfilm Canada une expertise du développement et de l'implantation de politiques du film et de la télévision, de même qu'une expérience de l'administration d'un organisme public fédéral. Une de mes préoccupations est d'assurer que les différents partenaires de la production canadienne fassent preuve de cohérence, de telle sorte que l'accent soit mis sur la création plutôt que sur les contrats. »

Régie de la Société

Les membres du conseil d'administration de Téléfilm Canada ont adopté, le 21 juin 2000, un « énoncé de régie ». Cet énoncé précise le rôle principal des membres du conseil à titre de « régisseurs administratifs » ainsi que leur engagement envers la conception et la mise en œuvre d'une structure de régie pour Téléfilm Canada. Essentiel à une telle réussite est le fait, pour les membres du conseil et les gestionnaires de la Société, de travailler en coordination étroite, dans un climat d'ouverture et de confiance, et cela, tout particulièrement en ce qui touche la définition de leurs tâches et de leurs responsabilités respectives ainsi que le processus d'élaboration de l'orientation stratégique de Téléfilm Canada et de son plan d'affaires. Cette mise en œuvre se déroule actuellement, étape par étape, et l'ensemble des composantes de l'énoncé de régie devrait être en place d'ici quelques mois.

Le but que fixe le cadre de l'énoncé de régie est de mettre en place des structures visant l'efficacité du conseil. Ces structures comprennent : un secrétariat et des postes budgétaires, un soutien à l'information et au conseil, des mesures pour la planification de l'ordre du jour et des réunions, et un appui à la prise de décision.

L'énoncé de régie est constitué de dix déclarations de responsabilité, lesquelles sont largement inspirées des directives fournies par le ministère des Finances et le Conseil du Trésor (juin 1996) et intitulées *La Régie des sociétés d'État et autres entreprises publiques – Lignes directrices*. En résumé, elles indiquent :

1. Régie
Le conseil est responsable de la régie de Téléfilm Canada et, conséquemment, avec la consultation et la collaboration appropriées de la direction, fera le nécessaire pour approuver l'orientation stratégique et le plan d'affaires de la Société, s'assurer d'une bonne gestion du risque, d'une gestion pertinente, de pratiques administratives et de systèmes d'information adéquats.

2. Objectifs de politique publique
Le conseil est responsable de la révision périodique des objectifs de politique publique de Téléfilm Canada afin de s'assurer de leur constante pertinence.

3. Communication et consultation
Le conseil a la responsabilité de faire en sorte que Téléfilm Canada communique et consulte de manière appropriée et efficace avec le ministre du Patrimoine canadien, ses autres partenaires ainsi qu'avec le public.

4. Le conseil et la gestion
Le conseil assume la responsabilité de la gestion de Téléfilm Canada, de ses affaires et de ses activités, afin de faire en sorte que la Société remplisse bien ses objectifs et son mandat. Quelques tâches seront confiées directement au conseil même. Quelques autres seront du ressort du chef de la direction (directeur général) et des gestionnaires – lesquels (c'est-à-dire la haute direction de Téléfilm Canada, dans son ensemble, supervisée par le chef de la direction et rendant compte par son intermédiaire) sont imputables au conseil.

5. Le conseil, ses comités et autres procédures
Le conseil détient la responsabilité de la mise en œuvre des procédures qu'il juge pertinentes pour l'accomplissement de ses tâches particulières.

6. Imputabilité de la gestion
La direction, et en particulier le chef de la direction de par la nature même de son poste, est responsable devant le conseil et lui est imputable pour la réussite des tâches qui lui ont été confiées.

7. Renouvellement du conseil
Le conseil est responsable de l'évaluation de son efficience et de voir à son renouvellement.

8. Formation des membres
Le conseil doit faire en sorte que chaque membre puisse suivre les programmes d'introduction et de formation qui répondent à ses besoins.

9. Indemnités
Le conseil a la responsabilité de fournir au gouvernement des conseils sur la pertinence et la forme des indemnités.

10. Régie administrative
Le conseil détient la responsabilité de la régie administrative de Téléfilm Canada.

Le conseil fera donc en sorte de veiller à l'administration et à la gestion de l'organisme par des pratiques appropriées ; de poursuivre la mise en place de l'énoncé de régie ; et de rendre compte, de manière générale, de cet énoncé et, plus particulièrement, annuellement, de la régie administrative.

Régie de la Société

Les membres du conseil d'administration de Téléfilm Canada ont adopté, le 21 juin 2000, un « énoncé de régie ». Cet énoncé précise le rôle principal des membres du conseil à titre de « régisseurs administratifs » ainsi que leur engagement envers la conception et la mise en œuvre d'une structure de régie pour Téléfilm Canada. Essentiel à une telle réussite est le fait, pour les membres du conseil et les gestionnaires de la Société, de travailler en coordination étroite, dans un climat d'ouverture et de confiance ; et cela, tout particulièrement en ce qui touche la définition de leurs tâches et de leurs responsabilités respectives ainsi que le processus d'élaboration de l'orientation stratégique de Téléfilm Canada et de son plan d'affaires. Cette mise en œuvre se déroule actuellement, étape par étape, et l'ensemble des composantes de l'énoncé de régie devrait être en place d'ici quelques mois.

Le but que fixe le cadre de l'énoncé de régie est de mettre en place des structures visant l'efficacité du conseil. Ces structures comprennent : un secrétariat et des postes budgétaires, un soutien à l'information et au conseil, des mesures pour la planification de l'ordre du jour et des réunions, et un appui à la prise de décision.

L'énoncé de régie est constitué de dix déclarations de responsabilité, lesquelles sont largement inspirées des directives fournies par le ministère des Finances et le Conseil du Trésor (juin 1996) et intitulées : *La Régie des sociétés d'Etat et autres entreprises publiques – Lignes directrices*. En résumé, elles indiquent :

1. Régie
Le conseil est responsable de la régie de Téléfilm Canada et, conséquemment, avec la consultation et la collaboration appropriées de la direction, fera le nécessaire pour approuver l'orientation stratégique et le plan d'affaires de la Société, s'assurer d'une bonne gestion du risque, d'une gestion pertinente, de pratiques administratives et de systèmes d'information adéquats.

2. Objectifs de politique publique
Le conseil est responsable de la révision périodique des objectifs de politique publique de Téléfilm Canada afin de s'assurer de leur constante pertinence.

3. Communication et consultation
Le conseil a la responsabilité de faire en sorte que Téléfilm Canada communique et consulte de manière appropriée et efficace avec la ministre du Patrimoine canadien, ses autres partenaires ainsi qu'avec le public.

4. Le conseil et la gestion
Le conseil assume la responsabilité de la gestion de Téléfilm Canada, de ses affaires et de ses activités, afin de faire en sorte que la Société remplisse bien ses objectifs et son mandat. Quelques tâches seront confiées directement au conseil même. Quelques autres seront du ressort du chef de la direction (directeur général) et des gestionnaires – lesquels (c'est-à-dire la haute direction de Téléfilm Canada, dans son ensemble, supervisée par le chef de la direction et rendant compte par son intermédiaire) sont imputables au conseil.

5. Le conseil, ses comités et autres procédures
Le conseil détient la responsabilité de la mise en œuvre des procédures qu'il juge pertinentes pour l'accomplissement de ses tâches particulières.

6. Imputabilité de la gestion
La direction, et en particulier le chef de la direction de par la nature même de son poste, est responsable devant le conseil et lui est imputable pour la réussite des tâches qui lui ont été confiées.

7. Renouvellement du conseil
Le conseil est responsable de l'évaluation de son efficience et de voir à son renouvellement.

8. Formation des membres
Le conseil doit faire en sorte que chaque membre puisse suivre les programmes d'introduction et de formation qui répondent à ses besoins.

9. Indemnités
Le conseil a la responsabilité de fournir au gouvernement des conseils sur la pertinence et la forme des indemnités.

10. Régie administrative
Le conseil détient la responsabilité de la régie administrative de Téléfilm Canada.

Le conseil fera donc en sorte de veiller à l'administration et à la gestion de l'organisme par des pratiques appropriées ; de poursuivre la mise en place de l'énoncé de régie ; et de rendre compte, de manière générale, de cet énoncé et, plus particulièrement, annuellement, de la régie administrative.

Message du directeur général

Après quelque six ans à la direction générale de Téléfilm Canada, j'ai le sentiment de quitter un organisme solide, moderne, bien ancré dans son milieu, fort de nombreux partenariats régionaux, nationaux et internationaux et, pour tout dire, en possession d'outils financiers, stratégiques et promotionnels de plus en plus performants.

Et mieux encore, la force actuelle de Téléfilm Canada me semble résider dans sa capacité permanente d'être à l'écoute, d'évoluer et de s'adapter aux besoins sans cesse changeants du milieu du film, de la télévision et des nouveaux médias. Le plan d'affaires de la Société pour les cinq prochaines années, qui a représenté un travail d'envergure au sein de l'organisme, traite de tous les facteurs externes (environnement) et internes (moyens et instruments) qui exigeront l'attention et l'engagement des gestionnaires de l'avenir.

Car les défis seront nombreux et s'exprimeront sur plusieurs fronts : nécessité de produire un contenu canadien de qualité, exprimant la diversité des réalités et des expériences canadiennes ; nécessité d'appuyer la croissance d'une industrie presque entièrement constituée de P.M.E. dans le contexte de la consolidation des grandes entreprises et de la mondialisation des marchés où la concurrence sera plus forte que jamais ; nécessité de solidifier des partenariats régionaux, nationaux et internationaux efficaces et durables ; et, enfin, nécessité d'influer sur le développement de politiques et de structures favorables au développement du contenu culturel canadien.

Au cours des dernières années, Téléfilm Canada a beaucoup évolué, et on peut maintenant parler d'un véritable partenariat avec le secteur privé. La consultation avec le milieu, qui était ponctuelle et sectorielle, selon les besoins, est devenue permanente et, pour ainsi dire, structurelle.

Les nouveaux partenariats ont ceci d'intéressant qu'ils reconnaissent pleinement les champs d'autorité et d'expertise de la Société, son apport unique au milieu audiovisuel canadien et son rôle de véhicule des grandes priorités de la politique publique. Ils reconnaissent aussi que le mandat de Téléfilm Canada dépasse les différents groupes d'intérêts et que la Société est responsable d'assurer un équilibre économique et financier qui favorise le développement de l'ensemble de l'industrie.

Le processus de partenariat a véritablement débuté en 1996 avec la création du Fonds canadien de télévision (FCT) – une initiative du gouvernement du Canada et de l'industrie canadienne de télévision par câble – dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Le conseil d'administration du FCT représente tous les secteurs d'activité de l'industrie. Téléfilm en fait partie et son expertise des secteurs du film et de la télévision y est grandement appréciée.

Ce partenariat public-privé s'est par la suite étendu aux nouveaux médias, avec le création du Fonds pour le multimédia, en 1998. Téléfilm travaille avec le comité consultatif de ce fonds, notamment pour faire en sorte que l'industrie des nouveaux médias bénéficie de meilleurs outils financiers et promotionnels, tant au pays que sur la scène internationale.

François Macerola

Quant à la création du Fonds du long métrage du Canada (FLMC), elle s'est faite dans la plus grande collégialité par une vaste consultation à l'échelle nationale et, par la suite, par des consultations sectorielles avec les principales associations de l'industrie. Cette consultation, à laquelle a participé pour la première fois le ministère du Patrimoine canadien, a permis d'expliquer clairement les objectifs de la Politique canadienne du long métrage, de réduire les zones de conflits et les écarts entre les attentes de l'industrie et ce qu'il était possible d'offrir en vertu des objectifs et des nouvelles ressources du Fonds.

La nouvelle Politique est intéressante par sa clarté et son étendue. Elle intègre toutes les sphères d'activité de l'industrie, de la scénarisation aux activités d'exportation. Les objectifs sont clairs et leur atteinte sera mesurable. Un dialogue certainement fort enrichissant s'engagera entre le groupe consultatif permanent du FLMC, Téléfilm Canada et le ministère, assurant au Fonds une évolution harmonieuse et constructive.

Convergence = synergie

Comme on le voit, les groupes consultatifs se multiplient. Chacun a son propre champ de responsabilité et d'expertise. Comment ne pas rêver d'une mise en commun de tout ce savoir ? Dans une optique de convergence et d'intégration, pourquoi ne pas envisager la création d'un Conseil supérieur des médias qui regrouperait tous les comités consultatifs du secteur culturel ? Cette instance constituerait un point de référence incontournable. Elle pourrait avoir pour mandat de créer une nouvelle synergie dans le milieu et constituerait une force culturelle nationale fort appréciable en cette ère de mondialisation.

Force de frappe canadienne à l'échelle internationale

Au cours des prochaines années, on verra sans doute s'intensifier les partenariats fédéraux et provinciaux canadiens en ce qui concerne les relations internationales et la participation aux marchés. Il faut rationaliser la participation collective aux marchés et offrir à l'industrie des services plus intégrés et plus efficaces. Ainsi, des experts commerciaux d'Équipe Canada dans huit pays européens ont partagé le stand-ombrelle de Téléfilm Canada au MILIA 2001. Au Festival international du film de Cannes, Téléfilm a partagé son bureau avec cinq organismes fédéraux et provinciaux, une nouveauté. Résultats : les industries de toutes les régions du pays sont mieux représentées et le partage d'expertise est plus fructueux. Le succès de ces partenariats encourage à aller de l'avant.

Au cours des dernières années, les partenariats internationaux de Téléfilm Canada n'ont cessé de croître par la signature d'accords de coproduction avec des pays de la Communauté européenne, l'Asie et l'Afrique, par des commissions mixtes, des commissions techniques, des missions commerciales ou exploratoires, et par la participation à des forums internationaux. On note une croissance des coproductions avec plusieurs pays de la Communauté européenne, dont le Royaume-Uni, de même qu'avec l'Asie, et la recherche de nouveaux partenariats culturels et financiers continuera certainement d'être à l'ordre du jour. Téléfilm est reconnue comme un expert conseil de grand renom en matière de relations internationales.

De nouvelles clientèles

La création de Fonds pour la télévision, le multimédia et le long métrage a eu des effets bénéfiques pour l'industrie, puisque la capacité d'investissement de la Société dépassera 225 millions de dollars en 2001-2002. Par ailleurs, l'expertise culturelle de Téléfilm s'est considérablement accrue.

Pendant longtemps, la clientèle de Téléfilm fut essentiellement composée de producteurs et de distributeurs. Dans le contexte du Fonds canadien de télévision, nous avons travaillé davantage avec les entreprises de télédiffusion conventionnelles, éducatives et spécialisées, qui sont une porte d'entrée privilégiée du contenu culturel canadien dans tous les foyers du pays. Par l'intermédiaire du FCT, nous avons aussi tissé des liens précieux avec l'industrie de la production autochtone, du Labrador au Yukon. Puis est venue la clientèle des nouveaux médias, remarquable d'énergie et de créativité, où le clivage entre les intervenants d'une production est moins structuré que dans les autres industries. À cela s'ajoute, depuis quelques années, un rapprochement avec les communautés en situation linguistique minoritaire, que nous appuyons par des investissements mais aussi par des programmes d'immersion et de formation. Enfin, et non la moindre, mentionnons la clientèle des grandes écoles nationales de formation, donc la relève professionnelle que Téléfilm encourage aussi par différents programmes et prix dans les festivals canadiens.

Avec le nouveau Fonds du long métrage du Canada, Téléfilm traitera directement, désormais, avec deux nouvelles clientèles de créateurs, soit celle des scénaristes et celle des réalisateurs de longs métrages indépendants à petit budget. Aide à l'écriture libre, jury de pairs : tout cela démontre que Téléfilm évolue pour s'adapter à ses clientèles.

En travaillant en collaboration avec tous les maillons de la grande chaîne de l'industrie, Téléfilm Canada a une vision globale du secteur des médias. Elle est mieux à même d'assurer un équilibre éclairé entre les intérêts économiques, qui restent importants, et les intérêts culturels, qui exigent le respect de la propriété intellectuelle, le droit de s'exprimer et de rejoindre le public, sans oublier le droit, pour le public canadien, d'avoir accès à un éventail d'œuvres de qualité qui représentent ses intérêts, ses préoccupations et ses rêves.

Vers un dialogue des cultures, au pays et à l'étranger

On a craint le pire au sujet de la consolidation et de l'intégration verticale des entreprises. Je reste positif dans la mesure où la pierre de taille de chacun des nouveaux conglomérats demeurera le contenu. Pour rejoindre et fidéliser une clientèle de plus en plus sollicitée, les entreprises devront miser sur des contenus originaux, très diversifiés, qui puissent toucher les auditoires. Ce qui distinguera une entreprise d'une autre sera le contenu. Je suis persuadé que des ressources de plus en plus importantes seront allouées à la recherche et à la création de nouveaux concepts d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits pour les nouveaux médias. Tout cela encouragera la relève et l'émergence de nouvelles générations de créateurs.

Autre sujet d'inquiétude, qui s'estompe peu à peu, même s'il faut rester vigilant : la mondialisation des marchés, dont on disait qu'elle allait contribuer au nivellement des caractères nationaux et des modes d'expression. À la notion d'exception culturelle, qui est protectionniste, a bientôt succédé une notion plus inclusive, la diversité culturelle. De là est venue une prise de conscience à l'échelle planétaire : il devenait important d'affirmer le droit des peuples à exprimer et à diffuser leur culture, et d'assurer une libre circulation des produits des autres cultures. Voilà pourquoi l'idée de créer un instrument culturel international fait son chemin. Notre pays a montré la voie dans ce domaine, en faisant preuve de leadership dans l'élaboration d'une nouvelle philosophie concrète de partage et de coopération.

Parallèlement, le Canada a été l'un des premiers pays à prendre les devants en investissant massivement dans sa culture : les trois Fonds créés depuis cinq ans représentent des investissements annuels de plus de 300 millions de dollars dans le secteur des médias. De plus, on ne mise pas que sur la création : la formation, le perfectionnement professionnel et l'exportation des produits sont devenus des priorités. Le Canada est entré de plain-pied dans l'ère des nouvelles technologies et entend s'y imposer comme un pays d'avant-garde.

Le Sommet de la francophonie qui se tiendra au Liban, à l'automne 2001, indique une nouvelle voie : le dialogue des cultures. « Vivre ensemble mais différents », « vivre ensemble nos différences », voilà un nouveau défi auquel les Canadiens de toutes langues et de toutes origines voudront répondre.

Téléfilm Canada sera certainement partie prenante de toute initiative canadienne et internationale concernant le nouveau dialogue des cultures.

Téléfilm Canada : vers un guichet unique

La Société, par son professionnalisme, son expertise et ses multiples activités est devenue un organisme public incontournable et l'une des plus importantes voix culturelles du Canada moderne. Son mandat à la fois régional, national et international, ses multiples responsabilités qui s'incarnent dans plus d'une quinzaine de Fonds et programmes différents, en font un candidat de choix pour devenir le guichet unique des entreprises culturelles canadiennes.

Voilà pourquoi je souhaite que le gouvernement confie de nouvelles responsabilités à Téléfilm, dont l'édition et l'enregistrement sonore. Téléfilm a démontré à maintes reprises sa capacité de relever de nouveaux défis.

Téléfilm mise sur l'amélioration continue de ses processus et de ses services à l'industrie, dans tous les secteurs d'activité. Vous verrez à la page suivante, dans le texte Téléfilm Canada au travail, comment cette philosophie s'est concrétisée au cours des dernières années.

Un travail collectif considérable

Je tiens à remercier tous ceux et celles qui m'ont appuyé et encouragé, qui m'ont mis au défi de l'innovation et de la réflexion au cours de toutes ces années exaltantes à Téléfilm.

Je remercie le ministère du Patrimoine canadien et tout particulièrement la ministre, Sheila Copps. En confiant à Téléfilm l'administration de ressources de plus en plus importantes, et en nous associant au processus de création de nouveaux Fonds, le ministère a donné une nouvelle crédibilité à Téléfilm, tant sur la scène nationale qu'internationale, auprès des milieux gouvernementaux comme du milieu des affaires.

Je veux aussi remercier le conseil d'administration de Téléfilm Canada, qui s'est assuré, comme le veut son mandat, que le rôle, les protocoles d'entente et les lois régissant Téléfilm étaient bien respectés, et que la Société répondait aux exigences d'un organisme public imputable et transparent. Le conseil a joué un rôle actif dans l'élaboration du plan d'affaires quinquennal de Téléfilm, dont nous pouvons tous être très fiers.

Tous mes remerciements, aussi, au comité de gestion et à l'équipe de Téléfilm, des collègues dont le dévouement, le professionnalisme et l'enthousiasme ont été remarquables. Sans vous à Montréal, Toronto, Vancouver, Halifax et Paris, Téléfilm ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui. Salutations spéciales à Peter Katadotis, qui a été un gestionnaire éclairé, autant à l'Office national du film du Canada, où j'ai d'abord travaillé avec lui, qu'à Téléfilm.

Merci, enfin, à l'industrie. Merci d'avoir compris que Téléfilm était là pour vous et qu'il fallait joindre nos idées et nos forces dans un monde où la logique des impératifs commerciaux à courte vue a trop souvent tendance à l'emporter. Et merci pour tous ces projets de grande qualité qui voient le jour grâce à votre travail acharné.

En terminant, permettez-moi de souhaiter que Téléfilm Canada continue d'être un organisme axé sur la création, un organisme où la notion d'apprentissage continu et de savoir est importante.

François Macerola

Force de frappe canadienne à l'échelle internationale

Au cours des prochaines années, on verra sans doute s'intensifier les partenariats fédéraux et provinciaux canadiens en ce qui concerne les relations internationales et la participation aux marchés. Il faut rationaliser la participation collective aux marchés et offrir à l'industrie des services plus intégrés et plus efficaces. Ainsi, des experts commerciaux d'Équipe Canada dans huit pays européens ont partagé le stand-ombrelle de Téléfilm Canada au MILIA 2001. Au Festival international du film de Cannes, Téléfilm a partagé son bureau avec cinq organismes fédéraux et provinciaux, une nouveauté. Résultats : les industries de toutes les régions du pays sont mieux représentées et le partage d'expertise est plus fructueux. Le succès de ces partenariats encourage à aller de l'avant.

Au cours des dernières années, les partenariats internationaux de Téléfilm Canada n'ont cessé de croître par la signature d'accords de coproduction avec des pays de la Communauté européenne, l'Asie et l'Afrique, par des commissions mixtes, des commissions techniques, des missions commerciales ou exploratoires, et par la participation à des forums internationaux. On note une croissance des coproductions avec plusieurs pays de la Communauté européenne, dont le Royaume-Uni, de même qu'avec l'Asie, et la recherche de nouveaux partenariats culturels et financiers continuera certainement d'être à l'ordre du jour. Téléfilm est reconnue comme un expert conseil de grand renom en matière de relations internationales.

De nouvelles clientèles

La création de Fonds pour la télévision, le multimédia et le long métrage a eu des effets bénéfiques pour l'industrie, puisque la capacité d'investissement de la Société dépassera 225 millions de dollars en 2001-2002. Par ailleurs, l'expertise culturelle de Téléfilm s'est considérablement accrue.

Pendant longtemps, la clientèle de Téléfilm fut essentiellement composée de producteurs et de distributeurs. Dans le contexte du Fonds canadien de télévision, nous avons travaillé davantage avec les entreprises de télédiffusion conventionnelles, éducatives et spécialisées, qui sont une porte d'entrée privilégiée du contenu culturel canadien dans tous les foyers du pays. Par l'intermédiaire du FCT, nous avons aussi tissé des liens précieux avec l'industrie de la production autochtone, du Labrador au Yukon. Puis est venue la clientèle des nouveaux médias, remarquable d'énergie et de créativité, où le clivage entre les intervenants d'une production est moins structuré que dans les autres industries. À cela s'ajoute, depuis quelques années, un rapprochement avec les communautés en situation linguistique minoritaire, que nous appuyons par des investissements mais aussi par des programmes d'immersion et de formation. Enfin, et non la moindre, mentionnons la clientèle des grandes écoles nationales de formation, donc la relève professionnelle que Téléfilm encourage aussi par différents programmes et prix dans les festivals canadiens.

Avec le nouveau Fonds du long métrage du Canada, Téléfilm traitera directement, désormais, avec deux nouvelles clientèles de créateurs, soit celle des scénaristes et celle des réalisateurs de longs métrages indépendants à petit budget. Aide à l'écriture libre, jury de pairs : tout cela démontre que Téléfilm évolue pour s'adapter à ses clientèles.

En travaillant en collaboration avec tous les maillons de la grande chaîne de l'industrie, Téléfilm Canada a une vision globale du secteur des médias. Elle est mieux à même d'assurer un équilibre éclairé entre les intérêts économiques, qui restent importants, et les intérêts culturels, qui exigent le respect de la propriété intellectuelle, le droit de s'exprimer et de rejoindre le public, sans oublier le droit, pour le public canadien, d'avoir accès à un éventail d'œuvres de qualité qui représentent ses intérêts, ses préoccupations et ses rêves.

Vers un dialogue des cultures, au pays et à l'étranger

On a craint le pire au sujet de la consolidation et de l'intégration verticale des entreprises. Je reste positif dans la mesure où la pierre de taille de chacun des nouveaux conglomérats demeurera le contenu. Pour rejoindre et fidéliser une clientèle de plus en plus sollicitée, les entreprises devront miser sur des contenus originaux, très diversifiés, qui puissent toucher les auditoires. Ce qui distinguera une entreprise d'une autre sera le contenu. Je suis persuadé que des ressources de plus en plus importantes seront allouées à la recherche et à la création de nouveaux concepts d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits pour les nouveaux médias. Tout cela encouragera la relève et l'émergence de nouvelles générations de créateurs.

Autre sujet d'inquiétude, qui s'estompe peu à peu, même s'il faut rester vigilant : la mondialisation des marchés, dont on disait qu'elle allait contribuer au nivellement des caractères nationaux et des modes d'expression. À la notion d'exception culturelle, qui est protectionniste, a bientôt succédé une notion plus inclusive, la diversité culturelle. De là est venue une prise de conscience à l'échelle planétaire : il devenait important d'affirmer le droit des peuples à exprimer et à diffuser leur culture, et d'assurer une libre circulation des produits des autres cultures. Voilà pourquoi l'idée de créer un instrument culturel international fait son chemin. Notre pays a montré la voie dans ce domaine, en faisant preuve de leadership dans l'élaboration d'une nouvelle philosophie concrète de partage et de coopération.

Parallèlement, le Canada a été l'un des premiers pays à prendre les devants en investissant massivement dans sa culture : les trois Fonds créés depuis cinq ans représentent des investissements annuels de plus de 300 millions de dollars dans le secteur des médias. De plus, on ne mise pas que sur la création : la formation, le perfectionnement professionnel et l'exportation des produits sont devenus des priorités. Le Canada est entré de plain-pied dans l'ère des nouvelles technologies et entend s'y imposer comme un pays d'avant-garde.

Le Sommet de la francophonie qui se tiendra au Liban, à l'automne 2001, indique une nouvelle voie : le dialogue des cultures. « Vivre ensemble mais différents », « vivre ensemble nos différences », voilà un nouveau défi auquel les Canadiens de toutes langues et de toutes origines voudront répondre.

Téléfilm Canada sera certainement partie prenante de toute initiative canadienne et internationale concernant le nouveau dialogue des cultures.

Téléfilm Canada : vers un guichet unique

La Société, par son professionnalisme, son expertise et ses multiples activités est devenue un organisme public incontournable et l'une des plus importantes voix culturelles du Canada moderne. Son mandat à la fois régional, national et international, ses multiples responsabilités qui s'incarnent dans plus d'une quinzaine de Fonds et programmes différents, en font un candidat de choix pour devenir le guichet unique des entreprises culturelles canadiennes.

Voilà pourquoi je souhaite que le gouvernement confie de nouvelles responsabilités à Téléfilm, dont l'édition et l'enregistrement sonore. Téléfilm a démontré à maintes reprises sa capacité de relever de nouveaux défis.

Téléfilm mise sur l'amélioration continue de ses processus et de ses services à l'industrie, dans tous les secteurs d'activité. Vous verrez à la page suivante, dans le texte Téléfilm Canada au travail, comment cette philosophie s'est concrétisée au cours des dernières années.

Un travail collectif considérable

Je tiens à remercier tous ceux et celles qui m'ont appuyé et encouragé, qui m'ont mis au défi de l'innovation et de la réflexion au cours de toutes ces années exaltantes à Téléfilm.

Je remercie le ministère du Patrimoine canadien et tout particulièrement la ministre, Sheila Copps. En confiant à Téléfilm l'administration de ressources de plus en plus importantes, et en nous associant au processus de création de nouveaux Fonds, le ministère a donné une nouvelle crédibilité à Téléfilm, tant sur la scène nationale qu'internationale, auprès des milieux gouvernementaux comme du milieu des affaires.

Je veux aussi remercier le conseil d'administration de Téléfilm Canada, qui s'est assuré, comme le veut son mandat, que le rôle, les protocoles d'entente et les lois régissant Téléfilm étaient bien respectés, et que la Société répondait aux exigences d'un organisme public imputable et transparent. Le conseil a joué un rôle actif dans l'élaboration du plan d'affaires quinquennal de Téléfilm, dont nous pouvons tous être très fiers.

Tous mes remerciements, aussi, au comité de gestion et à l'équipe de Téléfilm, des collègues dont le dévouement, le professionnalisme et l'enthousiasme ont été remarquables. Sans vous à Montréal, Toronto, Vancouver, Halifax et Paris, Téléfilm ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui. Salutations spéciales à Peter Katadotis, qui a été un gestionnaire éclairé, autant à l'Office national du film du Canada, où j'ai d'abord travaillé avec lui, qu'à Téléfilm.

Merci, enfin, à l'industrie. Merci d'avoir compris que Téléfilm était là pour vous et qu'il fallait joindre nos idées et nos forces dans un monde où la logique des impératifs commerciaux à courte vue a trop souvent tendance à l'emporter. Et merci pour tous ces projets de grande qualité qui voient le jour grâce à votre travail acharné.

En terminant, permettez-moi de souhaiter que Téléfilm Canada continue d'être un organisme axé sur la création, un organisme où la notion d'apprentissage continu et de savoir est importante.

François Macerola

Téléfilm Canada au travail
Faits saillants des cinq dernières années

Opérations canadiennes
Peter Katadotis, directeur
Il y a quatre ans, la direction des opérations canadiennes a été restructurée de façon à intégrer l'ensemble des activités liées à la scénarisation, à la production, à la distribution et au marketing des produits canadiens, offrant ainsi un guichet unique d'appui financier à l'industrie. Chacun des bureaux canadiens des opérations a gagné en autonomie et se dote maintenant d'un plan d'affaires annuel qui reflète les grands objectifs de la Société tout en répondant de façon spécifique aux besoins de sa clientèle. La direction a contribué à l'élaboration des principes directeurs et de la mise en œuvre de nouveaux fonds, soit le Fonds canadien de télévision, le Fonds pour le multimédia et le Fonds du long métrage du Canada. Son appui à l'industrie a permis à celle-ci de mettre sur pied un nombre croissant de projets de production et de scénarisation pour atteindre un sommet de 782 projets en 2000-2001. Les quatre bureaux canadiens de Téléfilm ont contribué à une augmentation considérable de la créativité à l'échelle du pays, de St-Jean, à Terre-Neuve, à Victoria, en Colombie-Britannique, en passant par le Labrador, le Nunavut et le Yukon. Ils ont aussi encouragé la production en situation linguistique minoritaire, la formation et le développement industriel et professionnel. Au fil des ans, la direction a considérablement amélioré et diversifié son appui aux P.M.E., qui sont l'avenir de cette industrie. Elle travaille à la réalisation des objectifs de diversité culturelle du plan d'affaires de la Société, tant au sein de l'industrie elle-même que sur les écrans et dans les nouveaux médias.

Communications et affaires publiques
Danielle Dansereau, directrice
La direction a contribué de façon de plus en plus marquée à la reconnaissance de l'industrie ici et à l'étranger. À la suite du volume croissant des projets financés, le nombre de catalogues sur les productions a doublé, participant grandement à la promotion des talents canadiens, notamment dans les festivals et les marchés. L'équipe a contribué à la transparence des activités de la Société en créant un site Internet qui facilite la circulation de l'information concernant ses prises de décision, ses consultations avec l'industrie et les principes directeurs de ses Fonds. Le processus d'information s'est aussi concrétisé par un plus grand nombre de communiqués de presse, de plans d'action pour les festivals et les marchés internationaux, de bulletins et de guides – dont celui sur la coproduction avec le Canada. La direction a organisé des projections de films pour les parlementaires et les dignitaires canadiens et étrangers à Ottawa – dont *Le Violon rouge*, *Docteur Lucille* et *Stardom* – et a collaboré avec l'industrie à l'organisation de galas et d'hommages aux professionnels canadiens. Elle appuie une trentaine de festivals canadiens de toutes les régions, qui sont d'excellentes vitrines pour la production d'ici. La direction s'est progressivement décentralisée au cours des ans, et les bureaux canadiens bénéficient maintenant de communicateurs expérimentés qui facilitent les relations avec l'industrie et appuient les plans d'affaires régionaux. Quatre bulletins régionaux ont été créés à l'automne 2000 et constituent des liens précieux avec les clientèles de Téléfilm partout au pays.

Finances et administration
Danny Chalifour, directeur
Au cours des dernières années, on a assisté à un virage de l'administration de Téléfilm vers plus d'efficacité, de transparence et d'imputabilité. La Société a entrepris de moderniser ses systèmes informatiques et financiers. Les nouveaux systèmes, plus intégrés et performants, permettront à la Société de répondre aux exigences de la Stratégie d'information financière du gouvernement fédéral tout en améliorant le service à la clientèle et en assurant un meilleur suivi des investissements, des recettes-guichet et de la récupération des investissements. Ils vont aussi ouvrir la voie à des services transactionnels par Internet. La Société a mis en place un plan de vérification interne qui touche déjà tous ses secteurs d'activité. Elle a implanté un système de comptabilisation par activité, a développé des indicateurs de rendement et s'est dotée de documents pour standardiser ses pratiques d'affaires à l'échelle du pays, ainsi que d'un site intranet qui s'avère un outil de gestion et de communication interne fort utile. Elle fait partie du « Conseil du système » avec le Fonds canadien de télévision, le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens et l'Agence des douanes et revenus du Canada, qui vise à améliorer la planification, la coordination et le partage d'information au sein du système d'aide fédéral. Par ailleurs, les frais administratifs ont été réduits et se situent depuis quelques années à environ 9 % des ressources de la Société. Cette performance est remarquable étant donné la multiplicité des Fonds administrés par la Société, et le fait qu'elle a cinq bureaux, dont un à Paris. La relocalisation à moindre coût des bureaux de Montréal, de Vancouver et de Halifax explique en partie ces bons résultats.

Politiques, planification et recherche
Guy DeRepentigny, directeur
Cette direction permet à Téléfilm d'être présente dans tous les dossiers qui concernent l'appui gouvernemental à l'industrie, et d'être à l'avant-garde d'un environnement en pleine ébullition. Celui-ci, surtout depuis l'avènement des nouvelles technologies, exige un suivi toujours plus attentif, un large éventail de recherches en profondeur et une collaboration de tous les instants avec les autres secteurs de la Société, nos partenaires gouvernementaux et nos clientèles de toutes les régions du pays. L'équipe a participé au processus de consultation et de mise en œuvre des principes directeurs des nouveaux Fonds confiés à la Société, du Fonds canadien de télévision au Fonds du long métrage du Canada. Un des dossiers

majeurs de la direction a été l'élaboration, de concert avec tous les secteurs et le conseil d'administration de Téléfilm, du récent plan d'affaires quinquennal qui reflète la vision de Téléfilm. La mise en place de cadres d'imputabilité et d'évaluation pour les Fonds et programmes de la Société a aussi été à l'ordre du jour et témoigne du développement de relations plus étroites et fructueuses avec nos partenaires gouvernementaux. De plus, tout au long de la période, la direction a colligé des statistiques sur les engagements de la Société, a coordonné de nombreux dossiers de recherche, notamment sur la diversité culturelle, les langues officielles, le multiculturalisme, l'évolution des recettes-guichet et des cotes d'écoute des produits canadiens, et a contribué à un meilleur partage de l'expertise canadienne en matière de culture, de politique culturelle et d'économie.

Relations internationales
Johanne St-Arnauld, directrice
Créée en 1996, la direction des relations internationales de Téléfilm a vu son volume d'activité s'accroître considérablement sur le plan des coproductions, des festivals et des marchés. Son expertise a été de plus en plus sollicitée, surtout par les petites et moyennes entreprises dans l'ensemble du pays. Au cours des dernières années, Téléfilm a visé plus de synergie sur le plan international. Elle a regroupé l'ensemble de ses activités liées aux marchés et festivals internationaux, a augmenté son appui aux nouveaux médias, a participé à un plus grand nombre de marchés (dix actuellement, comparativement à quatre en 1996-1997), tout en augmentant son apport stratégique par l'entremise de son bureau européen à Paris. Elle a aussi créé le programme Initiative Asie-Pacifique qui a contribué au développement de relations d'affaires fructueuses avec ce vaste marché et plus particulièrement avec la Chine. Des liens prometteurs ont aussi été tissés avec le marché hispanique. La direction a administré un nombre croissant d'accords de coproduction. Ce marché a connu une croissance remarquable, se traduisant par des devis totaux de 800 millions de dollars en 2000 (année calendrier), comparativement à 250 millions de dollars il y a cinq ans. Par ailleurs, Téléfilm a participé l'année dernière, avec le ministère du Patrimoine canadien et les associations de l'industrie, à une refonte des principes directeurs de la coproduction, pour assurer que ceux-ci répondent à l'évolution du marché. La direction a créé, pour l'industrie canadienne, plusieurs documents d'information stratégique sur les marchés internationaux.

Ressources humaines
Stella Riggi, directrice
Les ressources humaines de Téléfilm sont l'une de ses principales richesses. Aussi la Société s'est-elle donné un plan d'action pour les ressources humaines qui fait maintenant partie intégrante de son plan d'affaires quinquennal. L'amélioration constante des services à l'industrie est au cœur des préoccupations de l'organisme. Téléfilm vise donc la compétence, l'objectivité et la productivité. Elle a adopté un plan d'apprentissage par lequel elle encourage les employés de toutes les régions à développer leurs talents, leur expertise et leur polyvalence en fonction des besoins actuels mais aussi des besoins de la Société à plus longue échéance. Par ailleurs, Téléfilm respecte les exigences de dualité linguistique de son mandat, et plus de 40 % de ses employés ont bénéficié de cours de langue seconde. Un travail de fond a été entrepris en ce qui concerne l'équité en matière d'emploi, pour que l'équipe de Téléfilm soit davantage à l'image de la diversité canadienne. La Société se préoccupe aussi de plus en plus de préserver la mémoire corporative tout en collaborant avec d'autres ministères et organismes pour faciliter des stages, de même que des échanges professionnels sur les meilleures pratiques en matière de développement des ressources humaines.

Services juridiques et secrétariat du conseil d'administration
John Pelletier, conseiller juridique général et secrétaire du conseil d'administration
Les dernières années ont été marquées par une collaboration de plus en plus étroite avec le conseil d'administration, la direction générale et le comité de gestion pour faciliter les communications et l'interrelation entre le conseil et les autres instances de la Société. L'objectif principal à ce niveau était l'amélioration de la régie de l'organisme. De plus, de nouveaux documents ont été créés pour assurer un cadre aux responsabilités financières du conseil, notamment en ce qui concerne le mandat du comité de vérification et des finances. L'équipe s'est assurée des fondements juridiques de tous les développements technologiques qui affectent Téléfilm, dont l'Internet et le programme fédéral Gouvernement en direct. De plus, le conseil d'administration et les employés de la Société sont maintenant dotés d'un code sur les conflits d'intérêt. Mentionnons par ailleurs que les opérations de la Société sont soumises à une dizaine de lois dont la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, la *Loi sur la gestion des finances publiques*, la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, et que ses Fonds sont administrés selon des protocoles d'entente signés avec le ministère du Patrimoine canadien.

Ce rapport annuel traite des engagements de Téléfilm Canada en 2000-2001, soit des contrats signés entre la Société et des entreprises du secteur privé canadien. Ces contrats concernent principalement l'appui de Téléfilm à des activités de scénarisation, de production, de distribution, de marketing, de promotion, de développement et de formation, y compris les dépenses administratives afférentes.

Ces engagements se sont élevés à 179,4 millions de dollars, comparativement à 160,7 millions de dollars l'année précédente. Cette augmentation est liée surtout aux nouvelles ressources pour le long métrage accordées dans le cadre de l'allocation parlementaire de Téléfilm Canada.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de l'exercice peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 39,7 des 179,4 millions de dollars engagés au cours de l'exercice seront versés au cours du prochain exercice financier.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 9,1 % des engagements de l'exercice, comparativement à 9,3 % pendant l'exercice précédent. Ce résultat est particulièrement performant, étant donné l'implantation du nouveau Fonds du long métrage du Canada, la mise en place de nouveaux systèmes informatiques et financiers, de même qu'une hausse de la cotisation au régime de retraite des employés.

Il faut noter que Téléfilm a bénéficié pleinement, cette année, des économies de loyer liées au déménagement de son siège social, en novembre 1999. Ce déménagement permettra à la Société de faire des économies annuelles de 700 000 $ jusqu'à la fin de son bail actuel.

SOURCES DE FINANCEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

Contributions du gouvernement fédéral

Le budget de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- d'une allocation parlementaire de 92,8 millions de dollars, qui inclut les nouvelles ressources accordées en 2000-2001 dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada ; et
- de contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 57,4 millions de dollars dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision ; 5 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia ; et 2,6 millions de dollars pour les écoles de formation.

Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 23 millions de dollars cette année. Ces recettes sont entièrement réinjectées dans l'industrie – principalement en production mais aussi dans des activités connexes –, ce qui permet à Téléfilm de contribuer encore davantage à la vitalité de l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Les investissements de Téléfilm constituent un levier important pour les producteurs canadiens, puisque chaque dollar de Téléfilm entraîne trois dollars d'investissement d'autres sources de financement. On peut donc considérer à juste titre que les recettes de Téléfilm contribuent grandement à la productivité canadienne.

N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada en 2000-2001, soit aux contrats signés par la Société.

Pour faciliter la lecture, les chiffres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

Engagements 2000-2001

	Engagements pour de nouveaux projets (en millions de dollars)	Engagements pour des projets des années précédentes* (en millions de dollars)	Total (en millions de dollars)
FCT – Programme de participation au capital			
Production	95,6	-0,3	95,3
Développement	3,9	0,1	4,0
Total	**99,5**	**-0,2**	**99,3**
Fonds de financement de longs métrages			
Production	23,7	0,0	23,7
Développement	1,8	0,8	2,6
Total	**25,6**	**0,7**	**26,3**
Fonds du long métrage du Canada			
Programme d'aide à l'écriture de scénario	0,7	0,0	0,7
Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget	1,9	0,0	1,9
Total	**2,6**	**0,0**	**2,6**
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	**12,9**	**-0,1**	**12,8**
Fonds pour le multimédia	**5,2**	**0,0**	**5,1**
Programme de partage des revenus de production	**1,2**	**0,2**	**1,4**
Coproductions officielles (mini-traités)	**1,5**	**0,0**	**1,5**
Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage	**1,8**	**0,0**	**1,8**
Autres formes d'aide			
Fonds régulier	1,5	0,0	1,6
Marketing national	0,9	0,0	0,8
Marketing international	0,7	0,0	0,7
Participation aux marchés	1,0	0,0	1,0
Participation aux festivals étrangers	0,5	0,0	0,5
Subventions aux festivals canadiens	1,7	0,5	2,2
Développement industriel et professionnel	1,9	0,4	2,3
Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo	0,7	1,6	2,4
Autres formes d'aide	0,8	0,0	0,8
Total	**9,6**	**2,6**	**12,2**
Dépenses administratives**	**0,0**	**0,0**	**16,4**
Total	**159,8**	**3,2**	**179,4**

* Incluent les modifications aux engagements des années précédentes.
** Exclut les dépenses relées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

ONTARIO

Karen Franklin,
directrice – opérations

En 2000-2001, plusieurs longs métrages appuyés par le bureau de l'Ontario ont été louangés par la critique. Le plus récent film de Clement Virgo, *Love Come Down*, a remporté trois prix Genie et a reçu en mars dernier un accueil dithyrambique partout au Canada. Le film *Ginger Snaps* raconte une histoire de loup-garou servie à la moderne. Réalisé par John Fawcett, le film a attiré un public important lors de sa première au Festival international du film de Toronto, puis à sa sortie en salles dans tout le pays en mai. *Century Hotel*, premier long métrage du réalisateur David Weaver, met en scène sept histoires qui se déroulent à divers moments du 20e siècle et qui ont comme lieu commun une même chambre d'hôtel de Toronto. *Red Green's Duct Tape Forever!*, en tournage au printemps 2001, marque les débuts au grand écran des joyeux personnages Red et Harold de la populaire série *The New Red Green Show*, récipiendaire de prix Gemini.

Plusieurs projets de télévision de grande qualité ont été diffusés au cours de la dernière année. Dans le domaine des émissions pour enfants, mentionnons *Screech Owls*, une série basée sur les livres de Roy MacGregor, qui est en ondes depuis l'automne 2000 et qui a reçu un accueil remarquable. Deux séries dramatiques, *Blue Murder* et *The Associates*, sont en ondes depuis janvier et ont obtenu du financement de Téléfilm pour une deuxième saison. Le documentaire *A Sacred Balance*, basé sur le livre à succès de David Suzuki, de même que *Hip Stories for Hip Kids*, du réalisateur primé Ron Mann, sont deux projets fort prometteurs financés par la Société cette année. Le téléfilm *Lucky Girl*, du réalisateur John Fawcett, est sorti en avril et a retenu l'attention du public et des critiques pour sa fine analyse du jeu compulsif chez les adolescents.

Parmi les nombreux projets acceptés en multimédia, soulignons le site Internet *The Toy Castle Website*, basé sur la charmante et célèbre série télévisée pour enfants d'âge préscolaire : *The Scen*, une série Internet humoristique interactive qui raconte les aventures d'un travailleur occasionnel, et *Cyber Film School*, un cours interactif sur l'écriture de scénarios, la réalisation, la cinématographie et le montage qui se veut le site Internet privilégié de tous ceux qui s'intéressent à la création cinématographique.

QUÉBEC

Joëlle Levie,
directrice – opérations

L'exercice 2000-2001 peut être considéré comme une année d'aboutissement, de maturité et de nouveaux départs. Plusieurs projets financés en 1999-2000, que ce soit en long métrage, en télévision et en nouveaux médias, ont été accueillis avec enthousiasme par le grand public et ont récolté des prix : *Maelström* de Denis Villeneuve, *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier et *La Femme qui boit* de Bernard Émond, sélectionné à Cannes, sont de ceux-là. Du côté de la télévision, les séries comme *Fortier 2*, *La Vie, la vie* et *2 Frères* ont vu leurs cotes d'écoute progresser d'épisode en épisode et ont reçu plusieurs prix Gémeaux. Les séries pour enfants *Macaroni tout garni*, *Cornemuse* et *Une galaxie près de chez vous* ont reçu un accueil tout aussi chaleureux.

Le bureau du Québec a de nouveau misé sur la diversité en appuyant des cinéastes en début de carrière, comme Denis Chouinard (*L'Ange de goudron*), Francis Leclerc (*Une jeune fille à la fenêtre*), Catherine Martin (*Mariages*) et des cinéastes confirmés tels Jean Beaudin (*Le Collectionneur*), Anne Wheeler (*A Wilderness Station*), Léa Pool (*Lost and Delirious*, sélectionné à Sundance et à Berlin) et André Melançon (*Le Ciel sur la tête*). De nouvelles comédies ont déjà pris ou prendront l'affiche, dont *K2* de Gabriel Pelletier, *Nuit de noces* d'Émile Gaudreault et *Les Boys III* de Louis Saia.

SCREECH OWLS
Shaftesbury Kids Inc.

LE BUNKER
Zone 3 Inc.

En télévision, cette diversité se traduit par le renouvellement des séries à succès déjà nommées et par de nouveaux projets comme *Willie*, qui porte sur Willie Lamothe, *Le Bunker*, une nouvelle série de Luc Dionne, auteur d'*Omertà*, ainsi que *Zulu.com*, qui remplacera *Diva*. La diversité télévisuelle s'affirme en force dans le documentaire. Des œuvres uniques sur des sujets sociaux (*Le Bien commun*, *La Fiancée de la vie*, *Opération Cobra*, *Coming Out*) côtoient des biographies (Réal Caouette, Jean-Claude Lauzon, Roussil...) et des séries d'intérêt général (*Le Dernier des parrains*, *Technopolis*, *Missions secrètes*, *Extremis*...).

Les nouveaux médias font une place de plus en plus prépondérante aux jeux, aux produits en ligne et à la télévision interactive. Le bureau du Québec a suivi ce mouvement en finançant le jeu *Zero-G Marines*, des sites ludo-éducatifs tel que *Metro* et *Izzigo*, le site Internet des *Contes pour tous*, de même que des œuvres de référence comme *Le Canada, destination d'aventure* et *Spaceville.com*. Le bureau a aussi contribué à l'essor de la production francophone hors-Québec dans le cadre du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle, et cela, tant par des activités d'immersion à Montréal que de formation.

RÉGION DE L'ATLANTIQUE

Ralph Holt,
directeur – opérations

Avec des productions bien en vue dans tous les secteurs, 2000-2001 fut une bonne année pour la région de l'Atlantique.

La télévision est au premier plan de la production audiovisuelle dans la région. Il y a eu plus de renouvellement que jamais avec plusieurs séries qui connaissent beaucoup de succès tant auprès des auditoires de la région qu'au niveau international. La production télévisuelle d'ici se forge une niche dans l'industrie nationale avec des titres ayant fait leur marque tels que *Blackfly* et *Eckhart*, la coproduction Canada-Irlande *Random Passage*, qui raconte l'épopée d'une jeune Irlandaise chassée de son pays par la famine de la pomme de terre au 19e siècle et qui trouve refuge à Terre-Neuve, ou encore la nouvelle comédie *Trailer Park Boys*, mettant en vedette deux joyeux caractériels qui dirigent une petite communauté installée dans un parc de maisons mobiles.

Les documentaires sont une partie très importante de l'art de raconter des histoires dans la région et ils contribuent à faire connaître au reste du pays et même à l'étranger diverses réalités de la vie atlantique. Parmi les documentaires qui ont été produits cette année, signalons *Anna Malenfant d'Acadie*, sur cette célèbre contralto canadienne-française qui est devenue une figure légendaire et *My Left Breast*, un document émouvant et d'une honnêteté saisissante sur le combat d'une femme contre le cancer du sein.

En long métrage, les cinéastes ont continué de s'intéresser à la culture de la région, avec des productions comme *Rare Birds*, basé sur le roman de l'écrivain terre-neuvien Edward Riche. La coproduction Canada-Royaume-Uni *Seats 3A & 3C*, une série de cinq longs métrages, porte sur les rencontres obligées de passagers d'un Airbus 340 assis sur les sièges 3A et 3C. *Parsley Days* d'Andrea Dorfman (une des

premières lauréates du Programme des nouveaux cinéastes) a été une attraction populaire lors du 20e Festival du film de l'Atlantique. Il a aussi été retenu pour le Perspective Canada Program du 25e Festival international du film de Toronto et a pris l'affiche de nombreux cinémas à travers tout le pays au début de mai 2001.

Les nouveaux médias se développent dans la région de l'Atlantique, grâce notamment au Baddeck International New Media Festival qui se déroule chaque année sur l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse. Sur le plan tant local et national qu'international, ce festival joue un rôle vital dans le développement de produits pour les nouvelles technologies.

RÉGION DE L'OUEST

Elizabeth Friesen,
directrice – opérations

Cette année, la production télévisuelle et cinématographique de la région de l'Ouest a reçu un accueil remarquable tant ici qu'à l'étranger.

Le téléfilm *Milgaard*, de même que la série dramatique *Da Vinci's Inquest* ont obtenu des prix Gemini. Cette dernière série, la plus populaire de la télévision canadienne anglaise, de même que des documentaires tel *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler* ont attiré plus d'un million de téléspectateurs.

Toujours pour la télévision, *Nu Shu – A Hidden Language of Women in China* a remporté le prix du public à Milan, en Italie, alors que *Étienne Gaboury, architecte*, a remporté le prix Éducation et Architecture au Festival international du film d'art et de pédagogie de Paris. Enfin, *Legends : The Story of Siwash Rock* a remporté des prix lors de quatre festivals du film autochtone en Amérique du Nord, et *Singing Our Stories* a reçu le Prix Grand Honneur 2000 au Festival Ethnofilm de Berlin.

Dans le domaine du long métrage, *waydowntown* a remporté le prix City TV du Meilleur film canadien et le Prix de la critique aux festivals de Toronto et de Vancouver, et a connu un succès international. Les films *Low Self Esteem Girl*, *Hey Happy!*, *No More Monkeys Jumpin'on the Bed* et *Evirati* ont été sélectionnés par des festivals tant canadiens

qu'internationaux. Parmi les coproductions internationales provenant de l'ouest, *Almost America*, une coproduction Canada-Italie, a déjà connu beaucoup de succès en Italie.

En nouveaux médias, *Buddy Brush and the Painted Circus* (*Buddy Brush et le cirque de couleurs*) a connu un succès extraordinaire, remportant le New Media Invision Award 2000. Cette œuvre figure également sur les listes des Dr. Toy's 100 Best Children's Products et 10 Best Software/CD-ROM/HighTech Products 2000. Des licences ont été accordées à dix distributeurs internationaux et détaillants spécialisés. Dès sa sortie, l'encyclopédie interactive *Encyclopedia of British Columbia* a obtenu un succès critique et commercial remarquable. Tant la version imprimée que la version cédérom, publiées par Harbour Publishing, profitent des ressources supplémentaires du site Internet de cette encyclopédie. Enfin, les compagnies à succès Ingenuity Works, de Vancouver, et Micro-Intel, de Montréal, ont produit en collaboration *The Learning Window*, un site Internet de commerce en ligne distribuant leurs produits en français et en anglais.

Cette année, sept des 60 producteurs choisis pour présenter leurs projets à la prestigieuse International Film Financing Conference à San Francisco provenaient de notre région. Quant à l'Initiative Asie Pacifique, elle a contribué à susciter des projets de coproduction, et la mission canadienne en Chine de février 2001 a connu un grand succès.

ANNONCE DE LA NOUVELLE POLITIQUE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE
Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien et François Macerola, directeur général de la Société

RÉTROSPECTIVE DAVID CRONENBERG, À PARIS
David Cronenberg et Charles Tesson, rédacteur en chef des *Cahiers du cinéma* lors de la soirée d'ouverture de *Créatures et Machines malades* à l'Espace Cardin

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE CANNES 2001
Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat (L'Homme rit)*, Caméra d'or du Meilleur premier long métrage, Sandra Macdonald, membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada et commissaire du gouvernement à la cinématographie et Norman Cohn, producteur du film

Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, Rock Demers, producteur, Productions La Fête, et François Macerola, directeur général de Téléfilm

STAND DE TÉLÉFILM CANADA AU MILIA 2001
Téléfilm accueillait cette année des représentants canadiens du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international dans huit pays, dont la France : John McNab, ministre-conseiller, son Excellence Raymond Chrétien, ambassadeur du Canada en France et John Broadbent, conseiller (affaires commerciales), section haute technologie

FESTIVAL DE TÉLÉVISION DE BANFF 2001
Elvira Sánchez de Mallckt, membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada entourée des membres du jury autochtone lors de la remise des prix Téléfilm Canada/APTN

Faits

saillants

28- 39

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

UNE ANNÉE HISTORIQUE

Nouvelle Politique canadienne du long métrage : Du scénario à l'écran

Un rappel historique

« En dépit de nombreux succès et d'incontestables signes de vitalité, notre cinéma n'a toujours pas la place qui lui revient sur nos écrans. Comparativement au secteur de la télévision qui bénéficie de ressources financières importantes et de mesures réglementaires sur le contenu canadien, le cinéma d'ici est laissé aux lois du marché et un financement stable et adéquat lui fait toujours cruellement défaut. La condition première pour que notre cinéma s'impose demeure la production régulière d'œuvres fortes et originales qui sont ancrées dans notre réalité et transcendent l'anecdote pour atteindre l'universel. Pour que le public prenne goût aux films de nos cinéastes, il doit pouvoir y avoir accès de façon constante. Le cinéma est plus que jamais tributaire d'un effort collectif. »
François Macerola, *La Presse*, Montréal, janvier 1996

« Les cinéastes canadiens ont bien d'autres histoires à raconter et ils ont le talent et l'expérience pour créer des longs métrages que le monde entier voudra voir. Il faut cependant procéder à des changements majeurs si on veut qu'ils puissent continuer à forger des récits qui envoûteront les auditoires – comme ils le font depuis des décennies. »
Rapport du Comité consultatif sur le long métrage, mars 1999

« Grâce aux histoires qu'ils nous racontent et qui présentent nos sociétés dans toute leur diversité, les cinéastes continuent à rapprocher les Canadiens et les Canadiennes tout en nous ouvrant une fenêtre sur le monde. La nouvelle Politique canadienne du long métrage fera en sorte que nous aurons plus de choix de chez nous dans nos salles de cinéma. Le Fonds du long métrage du Canada est par ailleurs un investissement qui démontre l'engagement du gouvernement envers une industrie qui a apporté – et qui continue d'apporter – une contribution importante à la vie culturelle de notre pays. »
Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, lancement de la Politique canadienne du long métrage, octobre 2000

« Mission accomplie. Nous arrivons au terme d'un processus qui a débuté avec l'examen national de la politique du long métrage lancé par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, en 1998, et qui s'est poursuivi jusqu'à tout récemment avec une consultation nationale sur les principes directeurs du Fonds du long métrage du Canada. L'industrie bénéficie enfin des politiques et des ressources nécessaires à son essor. Téléfilm Canada est fière qu'on lui ait confié l'administration du nouveau Fonds. La Société a une expertise de plus de 30 ans dans le financement de longs métrages de qualité. Elle a grandement contribué à la reconnaissance du cinéma canadien au pays et à l'étranger. »
Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration, lancement des principes directeurs du FLMC, mars 2001

En préparation depuis plusieurs années, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a été lancée officiellement à Vancouver, le 5 octobre 2000, par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps. Téléfilm Canada a collaboré activement à la mise en œuvre de cette politique globale et innovatrice, intitulée *Du scénario à l'écran*, qui est assortie d'un budget annuel de 100 millions de dollars, soit le double des ressources allouées précédemment aux longs métrages canadiens.

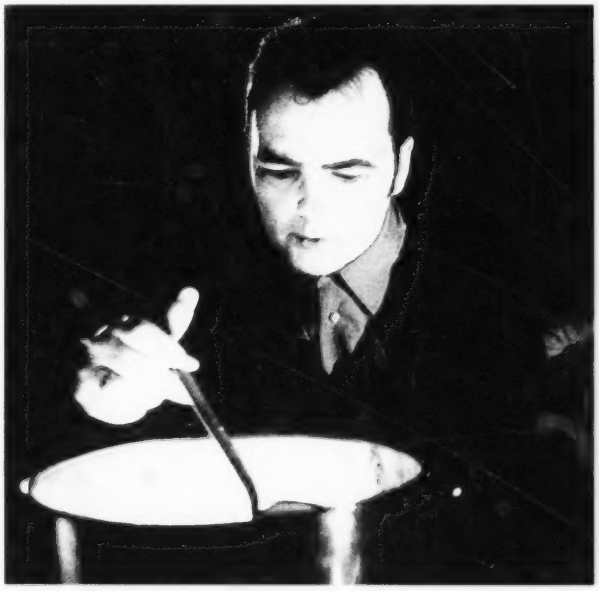
Téléfilm Canada administre la pierre angulaire de cette politique, soit le Fonds du long métrage du Canada entré en vigueur le 1er avril 2001. Le FLMC recentre l'appui public en privilégiant une approche plus intégrée, selon un mode de financement qui couvre tous les volets d'activité de l'industrie du cinéma, de la scénarisation à la promotion d'un film. Mais au-delà d'un financement additionnel, la nouvelle politique introduit un mode différent d'attribution de l'aide à l'industrie, basé entre autres sur la performance.

Une longue gestation sous le signe de la consultation

Dès 1996, le directeur général de Téléfilm Canada, François Macerola, lançait un cri d'alarme et, se faisant le porte-parole du milieu audiovisuel, demandait qu'un meilleur soutien soit accordé au long métrage canadien.

En 1998, sous la direction du ministère du Patrimoine canadien, un processus d'examen des politiques du long métrage était lancé à l'échelle nationale, suscitant une centaine de mémoires et de soumissions, l'organisation de tables rondes régionales, de même que la création d'un comité consultatif sur le long métrage. Celui-ci était formé de représentants des secteurs de la production, de la distribution et de l'exploitation en salles de toutes les régions.

Remis en 1999 à la ministre du Patrimoine canadien, le rapport du comité démontrait ses ambitions par un titre percutant, *La Voie du succès*. Le rapport illustrait l'importance culturelle mais aussi le rôle économique du secteur de la production audiovisuelle (30 000 emplois et 2,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne chaque année).



Il recommandait la création d'un nouveau Fonds pour le long métrage qui serait administré par Téléfilm Canada et affirmait la nécessité d'accroître les ressources pour la promotion. Il fixait notamment comme objectifs une hausse du temps d'écran, de la qualité et du budget moyen des films canadiens, ainsi qu'une amélioration des initiatives en matière de distribution et de commercialisation.

Encouragés par le discours sur le budget de février 2000, qui promettait un appui déterminant au secteur du long métrage, le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et l'industrie du cinéma ont continué de travailler à ce dossier prioritaire. Un groupe de travail de Téléfilm a par ailleurs été chargé d'élaborer un modèle de financement qui serait davantage axé sur le marché, et qui favoriserait l'audace et la performance.

Politique canadienne du long métrage

Le processus de consultation a confirmé la solidité des bases de l'industrie mais aussi les problèmes à surmonter pour atteindre le succès.

Ainsi, un constat s'impose : même si les Canadiens aiment aller au cinéma et que l'auditoire ne cesse d'augmenter, les films canadiens ne comptent toujours que pour 2 % des recettes-guichet en moyenne au pays.

Le défi majeur de la nouvelle politique est donc de bâtir des auditoires canadiens pour les films canadiens. L'objectif global est de conquérir 5 % en moyenne des recettes-guichet nationales.

À cette fin, la nouvelle politique établit quatre grands objectifs :

- former et garder les créateurs de talent en investissant dans l'écriture de scénarios et le développement professionnel des cinéastes ;
- promouvoir la qualité et la diversité du cinéma canadien en restructurant les programmes d'aide (production et distribution) afin de récompenser une performance continue et en encourageant une augmentation des devis moyens de production ;
- bâtir des auditoires plus larges au Canada et à l'étranger en soutenant de façon plus efficace la mise en marché et la promotion des films canadiens ;
- conserver notre collection de films canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain.

Survol du nouveau Fonds du long métrage du Canada

Le Fonds du long métrage du Canada regroupe un ensemble de programmes qui sont administrés par Téléfilm Canada.

Programmes de développement, de production et de mise en marché

85 millions de dollars pour les producteurs et les distributeurs, afin d'accroître les devis de production et de mise en marché. Ces programmes comprennent deux volets : un volet fondé sur la performance qui assure des enveloppes à un certain nombre de producteurs et de distributeurs ; et un volet sélectif qui tient compte de critères concernant la création, les auditoires, les éléments financiers et le développement de l'entreprise. Ces programmes encouragent une grande diversité d'images et d'histoires canadiennes de toutes les régions.

D'octobre 2000 à mars 2001

- **vaste consultation nationale**
- **lancement de deux nouveaux programmes**
- **élaboration du Fonds du long métrage du Canada**

C'est avec enthousiasme que Téléfilm et l'industrie ont accueilli le lancement de la nouvelle Politique du métrage, la création du Fonds du long métrage du Canada et le projet de nomination d'un groupe consultatif permanent du FLMC. La politique stipulait par ailleurs que la Société bénéficierait dès 2000-2001 de nouvelles ressources pour le développement, la production, la distribution, le marketing, le développement industriel et professionnel, les festivals et les marchés.

Dès le 23 octobre 2000, Téléfilm informait l'industrie du processus d'attribution des ressources additionnelles

Programme d'aide à l'écriture de scénarios

2,3 millions de dollars par année destinés aux scénaristes (qui peuvent soumettre une demande directement sans producteur) afin d'aider à créer un bassin d'auteurs d'expérience et une banque de scénarios prometteurs. Il s'agit d'une nouvelle clientèle pour la Société, qui est très heureuse de l'accueillir.

Programme d'aide à la production de longs métrages indépendants à petit budget

1,8 million de dollars par année pour appuyer les longs métrages à petit budget dont le réalisateur est le maître d'œuvre et dont les devis se situent entre 300 000 $ et 750 000 $.

Programme d'activités complémentaires

4,95 millions de dollars (une hausse de 1,85 million) pour les festivals du film canadiens et la participation canadienne aux festivals étrangers, les réseaux parallèles de distribution, les remises de prix, les cérémonies et autres initiatives destinées à accroître la visibilité des films canadiens auprès des cinéphiles, des critiques et des médias, au pays et à l'étranger.

Des ressources sont également allouées à des programmes et initiatives qui ne sont pas administrés par Téléfilm Canada, tels que :

- **Coopératives de production de films et de vidéos :** des fonds annuels de 2,9 millions de dollars destinés aux coopératives de production de films et de vidéos aident à appuyer les cinéastes en début de carrière.
- **Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants :** 1,8 million de dollars par année sont alloués à cet organisme privé sans but lucratif afin de permettre aux cinéastes de travailler à des productions non destinées aux salles.
- **Conservation de la collection de longs métrages canadiens :** 750 000 $ pour restaurer, conserver et rendre accessible le patrimoine cinématographique du Canada.

Pour plus de renseignements sur le Fonds du long métrage du Canada, veuillez consulter le site Internet de Téléfilm Canada : www.telefilm.gc.ca

UNE ANNÉE HISTORIQUE

Nouvelle Politique canadienne du long métrage : Du scénario à l'écran

Un rappel historique

« En dépit de nombreux succès et d'incontestables signes de vitalité, notre cinéma n'a toujours pas la place qui lui revient sur nos écrans. Comparativement au secteur de la télévision qui bénéficie de ressources financières importantes et de mesures réglementaires sur le contenu canadien, le cinéma d'ici est laissé aux lois du marché et un financement stable et adéquat lui fait toujours cruellement défaut. La condition première pour que notre cinéma s'impose demeure la production régulière d'œuvres fortes et originales qui sont ancrées dans notre réalité et transcendent l'anecdote pour atteindre l'universel. Pour que le public prenne goût aux films de nos cinéastes, il doit pouvoir y avoir accès de façon constante. Le cinéma est plus que jamais tributaire d'un effort collectif. »
François Macerola, *La Presse*, Montréal, janvier 1996

« Les cinéastes canadiens ont bien d'autres histoires à raconter et ils ont le talent et l'expérience pour créer des longs métrages que le monde entier voudra voir. Il faut cependant procéder à des changements majeurs si on veut qu'ils puissent continuer à forger des récits qui envoûteront les auditoires – comme ils le font depuis des décennies. »
Rapport du Comité consultatif sur le long métrage, mars 1999

« Grâce aux histoires qu'ils nous racontent et qui présentent nos sociétés dans toute leur diversité, les cinéastes continuent à rapprocher les Canadiens et les Canadiennes tout en nous ouvrant une fenêtre sur le monde. La nouvelle Politique canadienne du long métrage fera en sorte que nous aurons plus de choix de chez nous dans nos salles de cinéma. Le Fonds du long métrage du Canada est par ailleurs un investissement qui démontre l'engagement du gouvernement envers une industrie qui a apporté – et qui continue d'apporter – une contribution importante à la vie culturelle de notre pays. »
Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, lancement de la Politique canadienne du long métrage, octobre 2000

« Mission accomplie. Nous arrivons au terme d'un processus qui a débuté avec l'examen national de la politique du long métrage lancé par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, en 1998, et qui s'est poursuivi jusqu'à tout récemment avec une consultation nationale sur les principes directeurs du Fonds du long métrage du Canada. L'industrie bénéficie enfin des politiques et des ressources nécessaires à son essor. Téléfilm Canada est fière qu'on lui ait confié l'administration du nouveau Fonds. La Société a une expertise de plus de 30 ans dans le financement de longs métrages de qualité. Elle a grandement contribué à la reconnaissance du cinéma canadien au pays et à l'étranger. »
Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration, lancement des principes directeurs du FLMC, mars 2001

En préparation depuis plusieurs années, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a été lancée officiellement à Vancouver, le 5 octobre 2000, par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps. Téléfilm Canada a collaboré activement à la mise en œuvre de cette politique globale et innovatrice, intitulée *Du scénario à l'écran*, qui est assortie d'un budget annuel de 100 millions de dollars, soit le double des ressources allouées précédemment aux longs métrages canadiens.

Téléfilm Canada administre la pierre angulaire de cette politique, soit le Fonds du long métrage du Canada entré en vigueur le 1er avril 2001. Le FLMC recentre l'appui public en privilégiant une approche plus intégrée, selon un mode de financement qui couvre tous les volets d'activité de l'industrie du cinéma, de la scénarisation à la promotion d'un film. Mais au-delà d'un financement additionnel, la nouvelle politique introduit un mode différent d'attribution de l'aide à l'industrie, basé entre autres sur la performance.

Une longue gestation sous le signe de la consultation

Dès 1996, le directeur général de Téléfilm Canada, François Macerola, lançait un cri d'alarme et, se faisant le porte-parole du milieu audiovisuel, demandait qu'un meilleur soutien soit accordé au long métrage canadien.

En 1998, sous la direction du ministère du Patrimoine canadien, un processus d'examen des politiques du long métrage était lancé à l'échelle nationale, suscitant une centaine de mémoires et de soumissions, l'organisation de tables rondes régionales, de même que la création d'un comité consultatif sur le long métrage. Celui-ci était formé de représentants des secteurs de la production, de la distribution et de l'exploitation en salles de toutes les régions.

Remis en 1999 à la ministre du Patrimoine canadien, le rapport du comité démontrait ses ambitions par un titre percutant, *La Voie du succès*. Le rapport illustrait l'importance culturelle mais aussi le rôle économique du secteur de la production audiovisuelle (30 000 emplois et 2,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne chaque année).

Il recommandait la création d'un nouveau Fonds pour le long métrage qui serait administré par Téléfilm Canada et affirmait la nécessité d'accroître les ressources pour la promotion. Il fixait notamment comme objectifs une hausse du temps d'écran, de la qualité et du budget moyen des films canadiens, ainsi qu'une amélioration des initiatives en matière de distribution et de commercialisation.

Encouragés par le discours sur le budget de février 2000, qui promettait un appui déterminant au secteur du long métrage, le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et l'industrie du cinéma ont continué de travailler à ce dossier prioritaire. Un groupe de travail de Téléfilm a par ailleurs été chargé d'élaborer un modèle de financement qui serait davantage axé sur le marché et qui favoriserait l'audace et la performance.

Politique canadienne du long métrage

Le processus de consultation a confirmé la solidité des bases de l'industrie mais aussi les problèmes à surmonter pour atteindre le succès.

Ainsi, un constat s'impose : même si les Canadiens aiment aller au cinéma et que l'auditoire ne cesse d'augmenter, les films canadiens ne comptent toujours que pour 2 % des recettes-guichet en moyenne au pays.

Le défi majeur de la nouvelle politique est donc de bâtir des auditoires canadiens pour les films canadiens. L'objectif global est de conquérir 5 % en moyenne des recettes-guichet nationales.

À cette fin, la nouvelle politique établit quatre grands objectifs :

- former et garder les créateurs de talent en investissant dans l'écriture de scénarios et le développement professionnel des cinéastes ;
- promouvoir la qualité et la diversité du cinéma canadien en restructurant les programmes d'aide (production et distribution) afin de récompenser une performance continue et en encourageant une augmentation des devis moyens de production ;
- bâtir des auditoires plus larges au Canada et à l'étranger en soutenant de façon plus efficace la mise en marché et la promotion des films canadiens ;
- conserver notre collection de films canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain.

Survol du nouveau Fonds du long métrage du Canada

Le Fonds du long métrage du Canada regroupe un ensemble de programmes qui sont administrés par Téléfilm Canada.

Programmes de développement, de production et de mise en marché

85 millions de dollars pour les producteurs et les distributeurs, afin d'accroître les devis de production et de mise en marché. Ces programmes comprennent deux volets : un volet fondé sur la performance qui assure des enveloppes à un certain nombre de producteurs et de distributeurs ; et un volet sélectif qui tient compte de critères concernant la création, les auditoires, les éléments financiers et le développement de l'entreprise. Ces programmes encouragent une grande diversité d'images et d'histoires canadiennes de toutes les régions.

D'octobre 2000 à mars 2001

- **vaste consultation nationale**
- **lancement de deux nouveaux programmes**
- **élaboration du Fonds du long métrage du Canada**

C'est avec enthousiasme que Téléfilm et l'industrie ont accueilli le lancement de la nouvelle Politique du métrage, la création du Fonds du long métrage du Canada et le projet de nomination d'un groupe consultatif permanent du FLMC. La politique stipulait par ailleurs que la Société bénéficierait dès 2000-2001 de nouvelles ressources pour le développement, la production, la distribution, le marketing, le développement industriel et professionnel, les festivals et les marchés.

Dès le 23 octobre 2000, Téléfilm informait l'industrie du processus d'attribution des ressources additionnelles :

Programme d'aide à l'écriture de scénarios

2,3 millions de dollars par année destinés aux scénaristes (qui peuvent soumettre une demande directement sans producteur) afin d'aider à créer un bassin d'auteurs d'expérience et une banque de scénarios prometteurs. Il s'agit d'une nouvelle clientèle pour la Société, qui est très heureuse de l'accueillir.

Programme d'aide à la production de longs métrages indépendants à petit budget

1,8 million de dollars par année pour appuyer les longs métrages à petit budget dont le réalisateur est le maître d'œuvre et dont les devis se situent entre 300 000 $ et 750 000 $.

Programme d'activités complémentaires

4,95 millions de dollars (une hausse de 1,65 million) pour les festivals du film canadiens et la participation canadienne aux festivals étrangers, les réseaux parallèles de distribution, les remises de prix, les cérémonies et autres initiatives destinées à accroître la visibilité des films canadiens auprès des cinéphiles, des critiques et des médias, au pays et à l'étranger.

Des ressources sont également allouées à des programmes et initiatives qui ne sont pas administrés par Téléfilm Canada, tels que :

- **Coopératives de production de films et de vidéos :** des fonds annuels de 2,9 millions de dollars destinés aux coopératives de production de films et de vidéos aident à appuyer les cinéastes en début de carrière.
- **Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants :** 1,8 million de dollars par année sont alloués à cet organisme privé sans but lucratif afin de permettre aux cinéastes de travailler à des productions non destinées aux salles.
- **Conservation de la collection de longs métrages canadiens :** 750 000 $ pour restaurer, conserver et rendre accessible le patrimoine cinématographique du Canada.

Pour plus de renseignements sur le Fonds du long métrage du Canada, veuillez consulter le site Internet de Téléfilm Canada : www.telefilm.gc.ca

de l'exercice. En novembre, après consultation avec les associations professionnelles et les organismes de financement concernés, la Société rendait publics les principes directeurs des deux nouveaux programmes sous sa responsabilité, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Le 28 novembre 2000, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm entreprenaient à Halifax une série de consultations qui s'est poursuivie à Montréal, Vancouver et Toronto, afin de présenter une proposition de principes directeurs du FLMC. Une centaine de représentants des secteurs de la production, de la distribution, de l'exploitation en salles et d'organismes provinciaux ont participé à ces rencontres, les enrichissant de leur expertise particulière, de leurs commentaires et de leurs suggestions. Dès la fin du mois de décembre, Téléfilm affichait un résumé de ces consultations dans son site Internet.

D'autres consultations sectorielles ont eu lieu en janvier et février 2001. Enfin, au mois de mars, Téléfilm était à même de communiquer à tous ses partenaires et clients les principes directeurs 2001-2002 du Fonds du long métrage du Canada.

Le 30 mars 2001, la ministre du Patrimoine canadien annonçait que la coprésidence du groupe consultatif permanent du FLMC était confiée à Denise Robert (Cinémaginaire inc., Montréal), Niv Fichman (Rhombus Media, Toronto) et Tom Rowe (Sextant Entertainment Group, Vancouver). Ce groupe, dont les membres furent annoncés ultérieurement, conseille le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada en ce qui concerne l'évolution du Fonds. Il fournit une base permanente d'expertise et un forum où sont discutés les besoins et les priorités de l'industrie.

PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT

Un record de 782 projets de production et de développement

En raison d'un dynamisme exceptionnel de l'industrie canadienne, appuyé par des ressources additionnelles allouées dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage, l'exercice 2000-2001 a vu la création d'un nombre record de projets de production et de développement.

En effet, la Société a appuyé 782 projets (dont 351 en production et 431 en développement et scénarisation). Cela représente une augmentation de 55 % par rapport à il y a quatre ans.

Cette augmentation des projets mérite d'être soulignée, car elle assure une grande diversité de produits à contenu canadien au petit et au grand écran et dans les nouveaux médias. De plus, les projets de l'exercice 2000-2001 sont remarquables par leur originalité et leur qualité. Ils témoignent d'un grand professionnalisme et d'une créativité sans pareille.

L'augmentation la plus marquée se situe du côté du long métrage. La Politique canadienne du long métrage assurait des ressources additionnelles de 10 millions de dollars pour la production et le développement par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages et de deux nouveaux programmes mis en œuvre dès 2000-2001, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Au total, Téléfilm a appuyé la production de 64 longs métrages, comparativement à 46 en 1999-2000, tandis que les projets de longs métrages en développement et scénarisation augmentaient de 102 à 173.

Il faut aussi noter que l'appui au développement et à la scénarisation de projets télévisuels, cinématographiques et multimédias a atteint un sommet cette année, soit la somme de 10,1 millions de dollars, comparativement à une moyenne de 7,9 millions de dollars pendant les trois exercices précédents.

Téléfilm Canada assume 22 % des devis, qui s'élèvent à 618 millions de dollars

Téléfilm Canada a accordé 136 millions de dollars à la production et au développement par l'entremise de plusieurs Fonds et programmes.

- Programme de participation au capital : 99,3 millions de dollars
- Fonds de financement de longs métrages : 26,3 millions de dollars
- Fonds du long métrage du Canada (deux nouveaux programmes) : 2,6 millions de dollars
- Fonds pour le multimédia (volets production et développement) : 3,7 millions de dollars
- Programme de partage des revenus de production : 1,4 million de dollars
- Coproductions officielles (mini-traités) : 1,5 million de dollars
- Fonds régulier : 1,6 million de dollars

On trouvera dans le rapport annuel des chapitres sur les quatre premiers Fonds et programmes de cette liste, par l'intermédiaire desquels la Société a attribué 97 % de ses ressources financières.

Il est intéressant d'ajouter que les trois mini-traités avec la France facilitent la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement de coproductions en télévision. Le Fonds régulier appuie surtout des projets à petit budget. Quant au Programme de partage des revenus de production, il est destiné exclusivement aux P.M.E. et peut être utilisé par celles-ci pour le développement ou la production de projets.

Un impact économique important

Les investissements de Téléfilm sont un important levier de l'industrie canadienne. Chaque dollar de la Société en production entraîne en moyenne trois dollars d'investissement d'autres sources de financement.

De plus, les secteurs du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias sont des catalyseurs économiques. Les projets de l'exercice proviennent de quelque 525 entreprises à travers le pays, dont la majorité sont des P.M.E. Ces projets se sont traduits par plus de 19 000 emplois diversifiés, accessibles autant aux professionnels expérimentés qu'aux jeunes en début de carrière.

Il est reconnu par le milieu des affaires que chaque dollar investi en production a des retombées de 1,1 dollar dans l'économie, soit plus de 100 %. On peut donc estimer que les productions de l'exercice ont assuré une injection de plus d'un milliard de dollars dans l'économie canadienne.

La production d'un tel corpus d'œuvres est une entreprise phénoménale. Les devis totaux des 782 nouveaux projets de l'exercice se sont élevés à 618 millions de dollars, dont la Société a assumé 22 %. Les partenaires de Téléfilm pour le financement de ces projets sont le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision, les entreprises de télédiffusion, le secteur privé (producteurs, équipes, services, fonds d'aide privés, investisseurs privés), les distributeurs, les autres sources gouvernementales fédérales et provinciales (principalement sous forme de crédits d'impôt) et les participants étrangers (coproducteurs, diffuseurs, distributeurs).

Cette année a été marquée par une augmentation considérable du côté des coproductions internationales. La contribution de Téléfilm à de tels projets s'est élevée à 18,7 millions de dollars, soit une augmentation de près de 90 % par rapport à l'exercice précédent, qui a touché surtout le secteur de la télévision. Téléfilm a appuyé 32 projets de production, dont 22 dans le cadre du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision. Quatre projets de développement ont vu le jour, dont trois grâce aux mini-traités avec la France et un avec l'Irlande dans le cadre du programme English-Language Cinema Plan (ELCP).

Répartition linguistique : des projets en français, en anglais et en langues autochtones

Téléfilm Canada a pour mandat d'appuyer la création de films, d'émissions de télévision et de produits multimédias dans toutes les régions du pays, dans les deux langues officielles, dont celles qui sont en situation minoritaire, de même que la production en langues autochtones.

Les résultats linguistiques et régionaux de l'exercice sont positifs.

Ainsi, la répartition linguistique est la suivante :

- 34 % pour les projets en français ;
- 64 % pour les projets en anglais ;
- 2 % pour les projets en langues autochtones.

Téléfilm favorise l'essor de la production en langues autochtones par l'entremise d'une enveloppe de 2,5 millions de dollars du Fonds canadien de télévision. Stabilité de la production, augmentation des devis des projets, diversification des sources de financement : malgré un environnement encore précaire, les producteurs autochtones ont mis en ondes, cette année, 15 productions qui font entendre l'inuktitut, le cri, l'innu, le déné, le lakota, le mohawk, le salish et l'ojibway. La Société a aussi appuyé 14 projets de développement et de scénarisation en langues autochtones.

Par ailleurs, Téléfilm continue de porter une attention particulière aux projets issus de communautés en situation linguistique minoritaire, qui contribuent à la diversité de la production canadienne. En 2000-2001, l'organisme a consacré plus de 12 millions de dollars à 68 projets réalisés en anglais à Montréal et en français à Moncton, Toronto, Ottawa, Grand Digue et Caraquet.

Répartition régionale : un record

La Société a alloué 63 % de ses ressources à des projets de Montréal et de Toronto, et 37 % à des projets des provinces de l'Ouest et du Nord, de la région atlantique et d'autres villes du Québec et de l'Ontario. Il s'agit d'un record sur le plan régional, qui illustre surtout l'augmentation de la production télévisuelle en région comme on le verra dans le chapitre consacré au Programme de participation au capital. Au cours de l'exercice précédent, soit 1999-2000, la contribution de Téléfilm à des projets des régions avait été de 34 %.

WILLIE

Un impact économique important

Les investissements de Téléfilm sont un important levier de l'industrie canadienne. Chaque dollar de la Société en production entraîne en moyenne trois dollars d'investissement d'autres sources de financement.

De plus, les secteurs du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias sont des catalyseurs économiques. Les projets de l'exercice proviennent de quelque 525 entreprises à travers le pays, dont la majorité sont des P.M.E. Ces projets se sont traduits par plus de 19 000 emplois diversifiés, accessibles autant aux professionnels expérimentés qu'aux jeunes en début de carrière.

Il est reconnu par le milieu des affaires que chaque dollar investi en production a des retombées de 1,1 dollar dans l'économie, soit plus de 100 %. On peut donc estimer que les productions de l'exercice ont assuré une injection de plus d'un milliard de dollars dans l'économie canadienne.

La production d'un tel corpus d'œuvres est une entreprise phénoménale. Les devis totaux des 782 nouveaux projets de l'exercice se sont élevés à 618 millions de dollars, dont la Société a assumé 22 %. Les partenaires de Téléfilm pour le financement de ces projets sont le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision, les entreprises de télédiffusion, le secteur privé (producteurs, équipes, services, fonds d'aide privés, investisseurs privés), les distributeurs, les autres sources gouvernementales fédérales et provinciales (principalement sous forme de crédits d'impôt) et les participants étrangers (coproducteurs, diffuseurs, distributeurs).

Cette année a été marquée par une augmentation considérable du côté des coproductions internationales. La contribution de Téléfilm à de tels projets s'est élevée à 18,7 millions de dollars, soit une augmentation de près de 90 % par rapport à l'exercice précédent, qui a touché surtout le secteur de la télévision. Téléfilm a appuyé 32 projets de production, dont 22 dans le cadre du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision. Quatre projets de développement ont vu le jour, dont trois grâce aux mini-traités avec la France et un avec l'Irlande dans le cadre du programme English-Language Cinema Plan (ELCP).

Répartition linguistique : des projets en français, en anglais et en langues autochtones

Téléfilm Canada a pour mandat d'appuyer la création de films, d'émissions de télévision et de produits multimédias dans toutes les régions du pays, dans les deux langues officielles, dont celles qui sont en situation minoritaire, de même que la production en langues autochtones.

Les résultats linguistiques et régionaux de l'exercice sont positifs.

Ainsi, la répartition linguistique est la suivante :

- 34 % pour les projets en français ;
- 64 % pour les projets en anglais ;
- 2 % pour les projets en langues autochtones.

Téléfilm favorise l'essor de la production en langues autochtones par l'entremise d'une enveloppe de 2,5 millions de dollars du Fonds canadien de télévision. Stabilité de la production, augmentation des devis des projets, diversification des sources de financement : malgré un environnement encore précaire, les producteurs autochtones ont mis en ondes, cette année, 15 productions qui font entendre l'inuktitut, le cri, l'innu, le déné, le lakota, le mohawk, le salish et l'ojibway. La Société a aussi appuyé 14 projets de développement et de scénarisation en langues autochtones.

Par ailleurs, Téléfilm continue de porter une attention particulière aux projets issus de communautés en situation linguistique minoritaire, qui contribuent à la diversité de la production canadienne. En 2000-2001, l'organisme a consacré plus de 12 millions de dollars à 68 projets réalisés en anglais à Montréal et en français à Moncton, Toronto, Ottawa, Grand Digue et Caraquet.

Répartition régionale : un record

La Société a alloué 63 % de ses ressources à des projets de Montréal et de Toronto, et 37 % à des projets des provinces de l'Ouest et du Nord, de la région atlantique et d'autres villes du Québec et de l'Ontario. Il s'agit d'un record sur le plan régional, qui illustre surtout l'augmentation de la production télévisuelle en région comme on le verra dans le chapitre consacré au Programme de participation au capital. Au cours de l'exercice précédent, soit 1999-2000, la contribution de Téléfilm à des projets des régions avait été de 34 %.

WILLIE
Productions Avanti Ciné Vidéo

Vancouver et Halifax continuent de s'imposer comme de grands centres de production. Par ailleurs, on note cette année une forte augmentation des engagements dans plusieurs provinces. Ainsi l'apport de Téléfilm aux projets de l'Alberta a augmenté de 90 %; aux projets de la Saskatchewan, de 146 %; aux projets du Nouveau-Brunswick, de 100 %; et aux projets de Terre-Neuve, de plus de 300 %.

Cinéma : résultats positifs de la nouvelle Politique canadienne du long métrage

64 nouveaux longs métrages sur les écrans

Lancée en octobre 2000, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a donné une impulsion considérable au cinéma canadien grâce à un budget additionnel, dès cette année, de quelque 10 millions de dollars en production et en développement.

Au cours des trois dernières années, Téléfilm avait appuyé annuellement, en moyenne, quelque 45 longs métrages. En 2000-2001, 64 longs métrages ont vu le jour grâce à l'appui de la Société. Ces projets ont été appuyés par l'entremise de plusieurs Fonds et programmes dont le Programme de participation au capital du FCT, le Fonds de financement de longs métrages et le nouveau Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget, qui a permis à lui seul le financement de 11 longs métrages.

Les engagements de l'exercice 2000-2001 en long métrage se sont élevés à 34,3 millions de dollars, soit 24 % des devis. Au cours de l'année précédente, Téléfilm avait alloué 22,6 millions de dollars à la production de longs métrages.

À l'exception du Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget (dont les devis se situent entre 300 000 $ et 750 000 $), le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars. On remarque une augmentation du devis moyen des projets appuyés dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages, qui est passé de 1,9 million de dollars en 1999-2000 à 2,4 millions de dollars cette année.

LES BOYS III
Melenny Productions Inc.

Ceci s'explique en partie par des compléments de financement accordés à plusieurs longs métrages dans l'esprit de la nouvelle politique.

Pour tous les films, la répartition régionale des engagements était la suivante :

- Montréal : 41,4 %, dont 20 % pour des projets en anglais;
- Toronto : 20,4 %;
- région atlantique : 13,5 %;
- région de l'Ouest : 22,9 %; et
- autres villes du Québec et de l'Ontario : 1,8 %.

Quant à la répartition linguistique, elle indique que 38,6 % des engagements concernent des projets en français et 61,4 % des projets en anglais.

RAYONNEMENT DE L'INDUSTRIE CANADIENNE

Rejoindre les auditoires

Rejoindre les auditoires constitue un objectif de base pour Téléfilm Canada et l'industrie canadienne. En 2000-2001, Téléfilm a consacré près de 22 millions de dollars au rayonnement national et international des œuvres canadiennes par l'intermédiaire de différents Fonds et programmes. Il s'agit d'une augmentation de 10 % par rapport à l'exercice précédent, grâce aux ressources additionnelles allouées à la distribution, au marketing, aux festivals et aux marchés dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage.

On peut s'attendre à ce que cette somme augmente au cours du prochain exercice en raison des objectifs du Fonds du long métrage du Canada en ce qui concerne l'augmentation des auditoires canadiens.

Voici les résultats de l'exercice 2000-2001 :

- Fonds d'aide à la distribution de longs métrages : 12,8 millions de dollars
- Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage : 1,8 million de dollars
- Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes : 1,5 million de dollars
- Fonds pour le multimédia (volets marketing et distribution en ligne) : 1,1 million de dollars
- Participation aux marchés : 1 million de dollars
- Participation aux festivals étrangers : 500 000 $
- Subventions aux festivals canadiens : 2,2 millions de dollars
- Autres formes d'aide : 800 000 $

On trouvera plus de détails sur l'appui international dans la section des Faits saillants consacrée aux relations internationales. Un chapitre est par ailleurs dédié au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages dans la section Longs métrages du rapport annuel.

Voici quelques autres programmes et activités par lesquels Téléfilm facilite l'accessibilité des créations canadiennes.

Doublage et marketing

Cette année, 42 productions canadiennes ont été doublées dans l'une ou l'autre des langues officielles du pays, dont 26 émissions de télévision et 16 longs métrages. Le doublage et le sous-titrage permettent aux œuvres d'accéder plus facilement aux marchés intérieur et extérieur, et donc, d'accroître leur accessibilité.

JAILHOUSE ROMANCE
Ruby Line Productions

Par ailleurs, l'aide au marketing se divise en deux volets. Le volet national comprend entre autres les tests de marché et la promotion dans le cadre du lancement du produit au Canada. Le volet international appuie notamment les campagnes de promotion lors des lancements à l'étranger et à l'occasion des marchés internationaux.

Promotion et communications

La promotion de l'industrie canadienne fait partie du mandat de Téléfilm Canada. La Société a développé plusieurs outils nationaux et internationaux à cet effet.

La Société orchestre des campagnes publicitaires sur l'industrie et les produits canadiens dans les magazines spécialisés ou lors de festivals et de marchés. Elle publie des guides comme le récent *Guide sur la coproduction 2001*, des bulletins pour les festivals internationaux, des catalogues annuels de longs métrages, d'émissions de télévision et de produits multimédias. Elle organise ou co-organise avec l'industrie des événements comme la projection de longs métrages sur la colline parlementaire à Ottawa. De plus, la Société s'associe régulièrement à des soirées et hommages en l'honneur de créateurs canadiens.

La direction des communications et affaires publiques s'est décentralisée et compte des représentants à Halifax, Toronto et Vancouver, qui participent à la réalisation des plans d'affaires régionaux, notamment en ce qui concerne l'important dossier des festivals canadiens. Ces spécialistes des communications contribuent à rehausser le profil de l'industrie et des créateurs canadiens.

Téléfilm a établi des canaux de communication efficaces avec ses clients. Ainsi elle lançait, en octobre 2000, un bulletin d'information innovateur, l'*Expresso*, qui permet à chaque directeur régional de s'adresser spécifiquement à sa clientèle, tout en offrant aussi des pages d'intérêt national. Publié à Paris, le *Zoom international* continue pour sa part à fournir une information stratégique de pointe sur la communauté européenne et les événements d'intérêt pour l'industrie canadienne.

Le site Internet de Téléfilm (www.telefilm.gc.ca) est un instrument de promotion international important. C'est aussi un axe de communication privilégié avec l'industrie, qui y a notamment retrouvé de façon ponctuelle tous les documents pertinents concernant la mise en œuvre du Fonds du long métrage du Canada. Ce site connaîtra une refonte en profondeur en 2001-2002. On le souhaite plus convivial, interactif et informatif.

Festivals canadiens et prix Téléfilm Canada

Les festivals canadiens encouragent la passion du cinéma et sont d'extraordinaires vitrines de la production canadienne. Leur popularité ne se dément pas et leur programmation canadienne constitue toujours un attrait pour le public. En effet, ces festivals permettent aux Canadiens et aux Canadiennes de toutes les régions d'avoir facilement accès, chaque année, aux plus récentes créations de nos cinéastes.

En 2000-2001, Téléfilm Canada a appuyé 33 festivals, leur allouant 2,2 millions de dollars. La plus grande partie des ressources a été allouée aux cinq principaux événements canadiens, soit le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival international du film de Vancouver, le Festival de télévision de Banff et le Festival du film de l'Atlantique. L'organisme appuie aussi des festivals régionaux, de Rouyn-Noranda (Québec) à Victoria (Colombie-Britannique), de même que des festivals spécialisés qui rejoignent des publics diversifiés en mettant à l'honneur, entre autres, les documentaires, les courts métrages, les films sur l'art, les films d'animation, les films destinés aux enfants, les productions autochtones, les nouveaux médias et les œuvres expérimentales.

À Vancouver, Moncton, Edmonton et Winnipeg, des festivals s'adressent spécifiquement aux communautés francophones en situation linguistique minoritaire en leur offrant une programmation dans leur langue, incluant un grand nombre d'œuvres d'ici.

Mentionnons que Téléfilm remet chaque année une quinzaine de prix dans le cadre de festivals canadiens. Elle y a consacré plus de 125 000 $ en 2000-2001. Ces prix contribuent à la promotion des talents canadiens à travers le pays.

EVIRATI
Cinema Capet

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Téléfilm Canada mise résolument sur l'avenir de l'industrie canadienne, qui œuvre dans un univers très concurrentiel et doit viser les plus hauts standards internationaux. En 2000-2001, la Société a donc alloué près de 5 millions de dollars pour encourager le perfectionnement continu de l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias, de même que la formation d'une relève solide dans tous les secteurs.

Fonds de développement industriel et professionnel

Par l'intermédiaire du Fonds de développement industriel et professionnel (FDIP), qui est administré de façon décentralisée par les différents bureaux de la Société au pays, une somme de 2,3 millions de dollars a été accordée à quelque 75 organismes culturels, associations, festivals et entreprises pour des initiatives comme des forums, des ateliers, des conférences, des recherches, des publications et des activités de promotion.

Parmi les bénéficiaires, mentionnons l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, Moving Images, le Newfoundland Scriptwriting Workshop, Praxis Centre for Screenwriters, Women in Directors Chair, la Veille des marchés d'exportation (un site Internet), Média-Jeunes, la Recherche sur le documentaire et l'Executive Forum in New Media, de même que plusieurs activités de la communauté autochtone, comme l'Aboriginal Broadcast Training Symposium, l'Aboriginal Training Research et la First Nations Technical Institute Conference.

Le FDIP encourage aussi les festivals canadiens à contribuer au développement de l'industrie par des forums et ateliers, des simulations de marché et des activités de mentorat. Mentionnons notamment l'appui de la Société au New Media Strand organisé au Festival de télévision de Banff, au premier Forum sur le documentaire de Hot Docs, de même qu'à *Strategic Partners*, une rencontre des professionnels canadiens et britanniques au Festival du film de l'Atlantique. Par ailleurs, un concours organisé par Téléfilm pour le 20e anniversaire du Festival international du film de Toronto, *Téléfilm Canada Pitch This!*, a donné la chance à six Canadiens de proposer et de peaufiner des idées de longs métrages avec de grands joueurs de l'industrie cinématographique internationale.

Production francophone en situation minoritaire

Téléfilm Canada continue de s'illustrer comme un partenaire des communautés de langue officielle en situation linguistique minoritaire, dont l'industrie est en développement. En 2000-2001, un deuxième programme d'immersion à Montréal a permis aux producteurs francophones en situation minoritaire d'intensifier leurs liens avec des joueurs clés de l'industrie, des organismes de financement et du milieu de la radiodiffusion de Montréal. Des producteurs de ces communautés ont également participé à des immersions en Europe, ainsi qu'à des marchés internationaux, sous l'ombrelle de Téléfilm Canada.

En février 2001, le ministère du Patrimoine canadien approuvait la première phase du projet déposé par Téléfilm et l'Alliance des producteurs francophones du Canada dans le cadre du programme de Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO). Ce partenariat, auquel Téléfilm Canada est associée depuis le début, donne déjà des résultats positifs : en mars 2001, 13 producteurs francophones hors Québec ont participé à un atelier de formation sur les dramatiques télévisuelles à Winnipeg, dans leur propre langue. Un prochain stage est prévu en octobre 2001 pour les scénaristes et les réalisateurs.

Programme national de formation et programmes d'aide à la relève

Téléfilm Canada encourage la relève de multiples façons, et cela, dans toutes les régions du pays.

En 1999-2000, le ministère du Patrimoine canadien lui confiait de nouvelles ressources pour la formation professionnelle dans le cadre du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo. Ce programme a pour but d'appuyer une formation professionnelle de haut niveau, préparant les diplômés à des carrières d'importance.

Cette année, Téléfilm a accordé 2,4 millions de dollars à cinq écoles de formation, soit l'Institut national de l'image et du son (INIS) à Montréal, le Centre canadien du film à Toronto, l'Institut national des arts de l'écran (Winnipeg et Edmonton), le Banff New Media Institute à Banff et le Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens à Ottawa. Certaines de ces écoles ont aussi reçu l'appui du Fonds de développement industriel et professionnel pour des initiatives spécifiques contribuant à rapprocher les étudiants des créateurs et des joueurs clés du milieu.

D'autres programmes – auxquels s'associent dans certains cas des organismes provinciaux – appuient directement les jeunes professionnels en début de carrière pour les aider à acquérir davantage d'expérience et à se faire un nom dans leur domaine d'activité.

A WILDERNESS STATION

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Téléfilm Canada mise résolument sur l'avenir de l'industrie canadienne, qui œuvre dans un univers très concurrentiel et doit viser les plus hauts standards internationaux. En 2000-2001, la Société a donc alloué près de 5 millions de dollars pour encourager le perfectionnement continu de l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias, de même que la formation d'une relève solide dans tous les secteurs.

Fonds de développement industriel et professionnel

Par l'intermédiaire du Fonds de développement industriel et professionnel (FDIP), qui est administré de façon décentralisée par les différents bureaux de la Société au pays, une somme de 2,3 millions de dollars a été accordée à quelque 75 organismes culturels, associations, festivals et entreprises pour des initiatives comme des forums, des ateliers, des conférences, des recherches, des publications et des activités de promotion.

Parmi les bénéficiaires, mentionnons l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, Moving Images, le Newfoundland Scriptwriting Workshop, Praxis Centre for Screenwriters, Women in Directors Chair, la Veille des marchés d'exportation (un site Internet), Média-Jeunes, la Recherche sur le documentaire et l'Executive Forum in New Media, de même que plusieurs activités de la communauté autochtone, comme l'Aboriginal Broadcast Training Symposium, l'Aboriginal Training Research et la First Nations Technical Institute Conference.

Le FDIP encourage aussi les festivals canadiens à contribuer au développement de l'industrie par des forums et ateliers, des simulations de marché et des activités de mentorat. Mentionnons notamment l'appui de la Société au New Media Strand organisé au Festival de télévision de Banff, au premier Forum sur le documentaire de Hot Docs, de même qu'à *Strategic Partners*, une rencontre des professionnels canadiens et britanniques au Festival du film de l'Atlantique. Par ailleurs, un concours organisé par Téléfilm pour le 20e anniversaire du Festival international du film de Toronto, *Telefilm Canada Pitch This!*, a donné la chance à six Canadiens de proposer et de peaufiner des idées de longs métrages avec de grands joueurs de l'industrie cinématographique internationale.

A WILDERNESS STATION
Credo Entertainment Corporation

Production francophone en situation minoritaire

Téléfilm Canada continue de s'illustrer comme un partenaire des communautés de langue officielle en situation linguistique minoritaire, dont l'industrie est en développement. En 2000-2001, un deuxième programme d'immersion à Montréal a permis aux producteurs francophones en situation minoritaire d'intensifier leurs liens avec des joueurs clés de l'industrie, des organismes de financement et du milieu de la radiodiffusion de Montréal. Des producteurs de ces communautés ont également participé à des immersions en Europe, ainsi qu'à des marchés internationaux, sous l'ombrelle de Téléfilm Canada.

En février 2001, le ministère du Patrimoine canadien approuvait la première phase du projet déposé par Téléfilm et l'Alliance des producteurs francophones du Canada dans le cadre du programme de Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO). Ce partenariat, auquel Téléfilm Canada est associée depuis le début, donne déjà des résultats positifs : en mars 2001, 13 producteurs francophones hors Québec ont participé à un atelier de formation sur les dramatiques télévisuelles à Winnipeg, dans leur propre langue. Un prochain stage est prévu en octobre 2001 pour les scénaristes et les réalisateurs.

Programme national de formation et programmes d'aide à la relève

Téléfilm Canada encourage la relève de multiples façons, et cela, dans toutes les régions du pays.

En 1999-2000, le ministère du Patrimoine canadien lui confiait de nouvelles ressources pour la formation professionnelle dans le cadre du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo. Ce programme a pour but d'appuyer une formation professionnelle de haut niveau, préparant les diplômés à des carrières d'importance.

Cette année, Téléfilm a accordé 2,4 millions de dollars à cinq écoles de formation, soit l'Institut national de l'image et du son (INIS) à Montréal, le Centre canadien du film à Toronto, l'Institut national des arts de l'écran (Winnipeg et Edmonton), le Banff New Media Institute à Banff et le Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens à Ottawa. Certaines de ces écoles ont aussi reçu l'appui du Fonds de développement industriel et professionnel pour des initiatives spécifiques contribuant à rapprocher les étudiants des créateurs et des joueurs clés du milieu.

D'autres programmes – auxquels s'associent dans certains cas des organismes provinciaux – appuient directement les jeunes professionnels en début de carrière pour les aider à acquérir davantage d'expérience et à se faire un nom dans leur domaine d'activité.

Il s'agit entre autres, dans l'Ouest, de *Drama Prize* et *Features First* ; dans la région atlantique, du Programme des nouveaux cinéastes ; de bourses aux étudiants de l'INIS à Montréal ; et d'une commandite du programme *Feature Film Project* du Centre canadien du film, à Toronto. Ces programmes suscitent un grand intérêt et se révèlent fructueux puisque certaines des œuvres ainsi financées ont été à l'affiche de festivals canadiens, comme *Parsley Days* d'Andrea Dorfman et *The Bingo Robbers* de Lois Brown et Barry Newhook.

RELATIONS INTERNATIONALES

L'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias suscite de plus en plus d'intérêt sur la scène internationale. Parmi ses atouts, mentionnons la qualité et la diversité de sa production, son savoir-faire exceptionnel, sans oublier son expertise unique sur le plan de la coproduction internationale. De plus, notre industrie est solidement appuyée par le gouvernement canadien, tant sur le plan des politiques que des ressources financières. Les Canadiens sont donc perçus comme des partenaires de choix pour la définition de politiques internationales d'avant-garde mais aussi pour la création, le financement et la diffusion d'œuvres à succès.

En 2000-2001, Téléfilm Canada a continué de raffiner ses stratégies dans le secteur des coproductions qu'elle administre au nom du gouvernement, dans celui des festivals et marchés, et au bureau européen, à Paris.

Coproductions internationales

Cette année, les principes directeurs de la coproduction internationale ont été entièrement revus, en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, les associations professionnelles du milieu et les représentants de l'industrie de la coproduction. Ce processus de révision s'est étendu sur plusieurs mois et ses résultats ont été consignés dans le *Guide sur la coproduction 2001*, qui est disponible dans le site Internet de la Société et sous forme imprimée.

Afin de répondre à la complexité grandissante de la donne mondiale sur les plans économique et culturel, les nouveaux principes directeurs de la coproduction avec le Canada sont plus explicites et plus élaborés que les précédents. Ils sont mieux adaptés aux réalités commerciales actuelles, tout en répondant aux exigences de rigueur, d'équité et de transparence qui doivent prévaloir entre partenaires internationaux soucieux de leurs intérêts respectifs et collectifs.

Parallèlement, la Société a révisé le mode de fonctionnement de son service des coproductions. Les méthodes d'analyse ont été davantage standardisées, de la décision anticipée à la décision d'accréditation finale, et le nombre des analystes a été augmenté pour assurer un meilleur suivi des dossiers de coproduction.

Accréditation des coproductions canadiennes

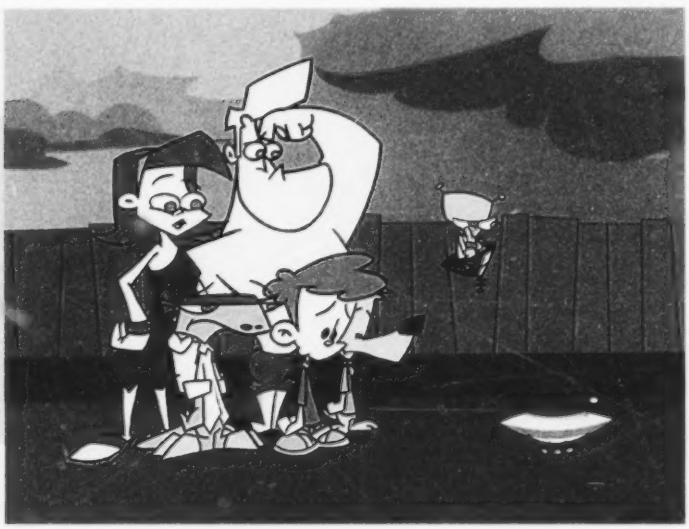
En 2000-2001, la Société a accrédité 66 coproductions représentant des devis totaux d'un demi-milliard de dollars. Parmi ces projets, on retrouve 41 projets pour la télévision et 25 longs métrages. Par ailleurs, la répartition linguistique est la suivante : 44 projets en anglais, 11 projets en français et 11 projets en français et en anglais (essentiellement des œuvres d'animation pour les enfants).

La France et le Royaume-Uni continuent d'être des partenaires privilégiés des producteurs canadiens, avec respectivement 20 et 34 projets de coproduction. Quatorze autres pays ont participé à des coproductions, soit l'Allemagne, l'Australie, la Bulgarie, la Chine (incluant un projet avec Hong-kong), Cuba, le Danemark, l'Espagne, l'Italie, le Luxembourg, les Philippines, la Pologne, le Sénégal, Singapour et le Venezuela. L'augmentation la plus marquante touche les pays du continent asiatique, avec un total de six projets.

On notera que le nombre de projets est inférieur à celui de l'exercice précédent, alors que Téléfilm accréditait 100 coproductions. La raison en est principalement administrative et tient à un changement des pratiques du Fonds canadien de télévision en ce qui concerne le dépôt des projets de coproduction. En effet, la date limite de dépôt des projets pour les décisions anticipées était, jusqu'à l'année dernière, la fin du mois de janvier. Ainsi, les

BELUGA SPEAKING ACROSS TIME
Canaz Corporation, Prisma Light Ltd., Les Productions en Commun

demandes d'accréditation de 2000-2001, soit l'exercice qui nous concerne ici, ont été déposées en janvier 2000 et ont donc été comptabilisées dans l'exercice 1999-2000, expliquant les résultats phénoménaux de cet exercice. Aucune date limite n'a été instituée pour 2001-2002, et les projets seront déposés tout au long de l'exercice. En réalité, le volume des coproductions s'avère stable. Ainsi, pour l'année calendrier 2000, Téléfilm a accrédité 106 coproductions et on peut s'attendre à un résultat similaire en 2001.



OLLIE'S UNDER-THE-BED ADVENTURES
Collideascope Digital Productions

Marchés internationaux

Au cours du dernier exercice, Téléfilm a entrepris des discussions avec les autres organismes de financement fédéraux et provinciaux afin de rationaliser la présence canadienne dans les marchés. Ce partenariat accru devrait se traduire par un meilleur appui à l'industrie canadienne et, éventuellement, par une réduction des coûts de participation des P.M.E. canadiennes au stand-ombrelle de Téléfilm Canada.

Une première expérience positive en ce sens a eu lieu au MILIA de Cannes, en février 2001, alors que Téléfilm accueillait dans son stand-ombrelle des représentants du Canada dans huit pays (France, Grande-Bretagne, Belgique, Danemark, Allemagne, Pays-Bas, Suède et Finlande). Ces représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ont apporté aux participants des P.M.E. canadiennes une vaste expertise commerciale et favorisé les activités de maillage et de réseautage.

De plus, en préparation du Festival international du film de Cannes 2001, Téléfilm s'est associée à d'autres organismes – soit la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, l'Association canadienne de production de film et télévision, British Columbia Film, Manitoba Film and Sound, SaskFilm and Video Development Corporation et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – pour offrir à l'industrie et au milieu international, à la même adresse, une expertise encore plus vaste de la production, de la coproduction et de la promotion des produits culturels.

Les professionnels canadiens tirent grand profit des marchés internationaux, qui sont déterminants pour la vente des produits, l'achat de droits de distribution et de diffusion, le développement ou la finalisation de projets de coproduction et la recherche de partenaires financiers. Les activités de Téléfilm à ce niveau reflètent l'évolution et les nouveaux besoins de l'industrie. En 2000-2001, la Société était présente à dix marchés, soit un de plus que pendant l'exercice précédent, y consacrant 1 million de dollars pour appuyer l'industrie par différentes activités logistiques et promotionnelles. Cette somme est supérieure à celle des exercices précédents en raison, principalement, d'une augmentation de la contribution aux marchés du multimédia.

La Société participe maintenant à quatre marchés des nouveaux médias, soit le MIM à Montréal, le MILIA à Cannes, l'E³ à Los Angeles et l'ECTS à Londres, ce dernier s'étant ajouté en 2000-2001 à la demande de l'industrie canadienne des nouveaux médias. En ce qui concerne le long métrage, la Société est présente au Festival international du film de Cannes, au Festival international du film de Berlin et à l'Independent Feature Film Market de New York. Du côté de la télévision, Téléfilm participe au MIP-TV et au MIPCOM de Cannes, de même qu'au NATPE à Las Vegas.

Plus de 80 entreprises canadiennes ont partagé le stand-ombrelle de la Société dans les marchés, bénéficiant de ses contacts et de son expertise unique des relations internationales. Il s'agit d'une nette augmentation par rapport aux 70 compagnies qui avaient été accueillies dans le stand-ombrelle de Téléfilm en 1999-2000.

Festivals internationaux

En 2000-2001, Téléfilm a révisé et rationalisé son appui à la production canadienne dans les festivals internationaux, privilégiant de plus en plus une approche qualitative dans le choix de festivals qui ont un véritable impact sur la reconnaissance internationale et la diffusion des œuvres canadiennes.

Cette rationalisation s'est traduite par un record d'inscriptions dans certains festivals d'importance, dont ceux de Berlin, de Clermont-Ferrand, d'Annecy et de Sundance. La Société a offert à des productions canadiennes de qualité un meilleur service sur le plan logistique et promotionnel.

En 2000-2001, Téléfilm a inscrit 750 œuvres canadiennes dans 65 festivals internationaux. Elles y ont remporté quelque 35 prix très convoités. La Société avait facilité le processus de sélection en accueillant à Montréal les programmateurs de plusieurs festivals d'importance, dont ceux de Cannes, de Venise, de Clermont-Ferrand et de Biarritz, organisant pour eux la présélection de plus de 400 films, émissions de télévision et vidéos canadiens.

Grâce à l'appui de Téléfilm, 62 réalisateurs de renom ont participé à des festivals d'envergure et ainsi contribué directement à la promotion de leurs œuvres. Parmi ces cinéastes, mentionnons Léa Pool (*Lost and Delirious*), Gary Burns (*waydowntown*), Denis Villeneuve (*Maelström*) et Clement Virgo (*Love Come Down*).

Le bureau européen à Paris

Le bureau de Paris assure une présence active de la Société sur la scène européenne et contribue efficacement au développement des partenariats internationaux du Canada.

En 2000-2001, ce bureau a collaboré à la rétrospective Cronenberg à Paris et a participé à d'importantes rencontres comme le Forum sur la coproduction documentaire en Israël, la Conférence sur les films d'animation de format géant à Paris et la rencontre annuelle ibéro-américaine de Madrid, tout en maintenant des liens avec les associations européennes et les représentants des programmes de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe, comme Media et Eurimages.

Le bureau a organisé son sixième programme d'immersion pour les professionnels canadiens à Londres, qui portait sur le long métrage. Ces immersions constituent depuis le début un modèle de partenariats publics et privés, plus de la moitié du financement provenant du secteur privé canadien et britannique. Quelque 45 producteurs, distributeurs et représentants d'entreprises de télédiffusion du Canada ont participé à cette rencontre d'une semaine avec des joueurs clés du cinéma britannique. À l'heure où la Grande-Bretagne revoit son système d'aide au long métrage, cette rencontre s'est révélée particulièrement stratégique pour notre industrie.

Mentionnons enfin que le bureau publie le *Zoom international*, un mensuel distribué à 400 professionnels canadiens, des guides sur différents pays, des dossiers ponctuels et des listes de coproducteurs potentiels, lesquels font en sorte que des producteurs canadiens de toutes les régions du pays misent plus efficacement sur des stratégies de développement international.

Des liens internationaux précieux

Europe

La coproduction avec la France continue d'être abondante et fructueuse. Conformément à la décision prise lors de la commission mixte Canada-France qui s'est tenue à Montréal en janvier 2000, deux commissions techniques ont eu lieu en France au printemps 2000. Les délégations ont notamment exprimé une volonté commune de relancer et de promouvoir les mini-traités de développement et le jumelage de projets de fiction francophones. De plus, les délégués se sont entendus sur le besoin de mieux colliger les données relatives à la distribution des coproductions, incluant les ventes à la télévision.

Le Royaume-Uni est, avec la France, le plus important partenaire du Canada en coproduction. Depuis 1997, le nombre de coproductions télévisuelles et cinématographiques entre le Canada et le Royaume-Uni ne cesse d'augmenter. L'accord de coproduction avec ce pays, signé en 1975 et remanié en 1985 et en 1991, a été mis à jour à l'occasion d'une commission mixte Canada-Royaume-Uni qui s'est tenue à Londres en novembre 2000. Cette rencontre stratégique avait pour objectif d'encourager des partenariats durables entre les producteurs et les distributeurs des deux pays. Il a été prévu qu'un groupe de travail assurerait le suivi des aspects administratifs de l'accord.

Par ailleurs, le Festival de télévision de Banff, qui avait mis sur pied un Focus sur l'Allemagne, a été l'occasion de sessions de travail intensives entre des producteurs canadiens et allemands. Depuis la dernière commission mixte à Halifax, en 1998, qui avait pour objectif d'inclure à l'accord le secteur de la télévision, une vingtaine de projets ont été coproduits avec l'Allemagne, ce qui en fait un partenaire important de notre industrie. Tous les participants ont réitéré le souhait de tenir des réunions plus régulières axées spécifiquement sur les différents secteurs de production (fiction, documentaires, animation, longs métrages) afin de faciliter la collaboration entre les deux pays.

Asie-Pacifique

Par l'intermédiaire du programme Asie-Pacifique, Téléfilm vise la consolidation des relations audiovisuelles avec un marché qui s'ouvre de plus en plus à notre culture. Au cours de l'exercice, plusieurs événements ont permis de faire des pas importants en ce sens.

Plusieurs projets de coproductions ont été conçus dans la foulée de l'accord de coproduction signé entre le Canada et Singapour en 1998. En 2000, un dialogue fructueux s'est établi entre les professionnels des deux pays dans le cadre du Festival de télévision de Banff et s'est poursuivi à l'Asia Television Forum de Singapour. Singapour est fortement engagée dans le secteur des nouveaux médias et a invité les producteurs canadiens à collaborer à ce niveau.

Par ailleurs, les relations avec la Chine ne cessent de prendre de l'ampleur. Elles se sont illustrées, au cours des dernières années, par une vingtaine de projets avec ce pays, incluant Hong-kong, avec lequel le Canada a un accord de coproduction. Depuis 1998, un comité consultatif Canada-Chine favorise le développement de la coproduction et l'augmentation des exportations d'émissions et de films canadiens en Chine.

En février 2001, François Macerola et un groupe de producteurs canadiens ont participé à la mission en Chine d'Équipe Canada, présidée par le premier ministre Jean Chrétien. Cette mission les a menés à Beijing, Shanghai et Hong-kong et a permis à la délégation canadienne de rencontrer des responsables gouvernementaux et des joueurs clés de la radiodiffusion et de l'industrie chinoises. Plusieurs projets d'envergure ont été conclus et un nouvel élan a été donné à l'accord de coproduction.

Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat*
« Je voulais filmer mon père en train de chasser. Les histoires qu'il me racontait étaient si passionnantes que j'ai à tout prix voulu conserver des images de lui dans le feu de l'action. J'ai surtout fait ce film pour transmettre aux miens cette histoire légendaire, telle qu'elle nous a été transmise depuis des générations. » *La Presse*, mai 2001

Norman Cohn, coproducteur d'*Atanarjuat*
« Les Inuits utilisent la télévision d'une façon originale et ils savent raconter une histoire sans faire de pédagogie. Igloolik Isuma Productions a été fondée pour produire des émissions de télévision et des films qui respectent des principes de base dont l'identité culturelle et la production d'œuvres cinématographiques professionnelles axées sur la collectivité. » *La Presse*, mars 2001

« [Ce film constitue] en grande partie une histoire d'amour shakespearienne, où les tensions familiales se libèrent dans une sorte de violation, du fait d'un manque culturel. La culture s'est désagrégée, et lorsque les choses vont mal, les gens se conduisent mal. Ou l'on surmonte cette situation ou l'on en meurt : voilà le thème du film. C'est une histoire très morale. » *Toronto Star*, mai 2001

Philippe Baylaucq, *Les Couleurs du sang*
« Le cinéma est un art complet auquel il manque pourtant le toucher. Ces supports multiples des films en noir et blanc et en couleurs, en super 8, en 35 mm, en 16 mm, en 8 mm vidéo, témoignaient de la vie de mon grand-père, certes, mais aussi de l'évolution de la technologie à travers le siècle. Ça se terminait avec la caméra numérique que j'ai utilisée pour mon documentaire. La boucle était bouclée. »
Le Devoir, mars 2001

Jean Beaudin, *Willie*
« Ce ne sont pas les faits qui sont les plus révélateurs. On a essayé de travailler le personnage par son essence même. On est allé à l'intérieur du personnage de Willie Lamothe. On a essayé de parler de l'homme et de la femme dans ce qu'ils ont de plus grand et de plus petit. Ça vient ensemble, d'ailleurs. Pour être brave, parfois, il faut à l'occasion avoir été lâche. C'est un peu ça aussi qu'on a essayé de montrer, c'est-à-dire que pour être grand, il faut parfois être petit. »
Le Journal de Montréal, octobre 2000

Louis Bélanger (corealisateur). *Lauzon Lauzonne*
« J'ai accepté le projet parce que j'aimais le scénario d'Isabelle [Hébert]. C'était la porte d'entrée dans l'univers de Lauzon. On touchait au cœur de la création, de l'amour, de la peur, de la folie : des thèmes universels. »
Le Soleil, mars 2001

Bertrand Bonello, *Le Pornographe*
« La pornographie permettait de parler du cinéma, de la politique, du mensonge. Ce n'est qu'au montage qu'il m'est apparu que l'on pouvait effectivement remplacer "pornographie" par "cinéma d'auteur", comme lui marginal et artisanal. » *La Presse*, mai 2001

Lois Brown (corealisatrice). *The Bingo Robbers*
« Nous avons voulu montrer deux personnages qui, quelle que soit la situation désespérée dans laquelle ils se trouvent, n'arrêtent jamais de se disputer ni de parler de leurs angoisses. Ces deux personnages se sont en quelque sorte trouvés. Ce sont deux personnes qui s'accordent mutuellement le droit de se parler, aussi ridicule que cela paraisse. » *The Telegram*, septembre 2000

Gary Burns, *waydowntown*
« Tout a commencé il y a deux ans. Je devais envoyer mon projet à Telefilm avant le 15 novembre. J'ai donc pondu un paragraphe sur l'idée de la Plus 15 [des passerelles communicantes dans un centre commercial de Calgary appelé Plus 15, car elles sont situées à plus de 15 pieds au-dessus du niveau de la rue] qui, selon moi, a détruit le cachet du centre-ville de Calgary. » *The Globe and Mail*, novembre 2000

« Je suis parti du personnage de Tom – c'était celui qui devrait quitter l'histoire ou évoluer. À partir de là, j'ai dressé une liste de personnages. D'un côté, le mec louche, de l'autre, le dirigeant dégueulasse et enfin la secrétaire. Je ne connais pas grand-chose à la culture d'entreprise, mais les gens se ressemblent, qu'ils travaillent dans un bureau ou qu'ils soient ouvriers de chantier. »
Vancouver Sun, septembre 2000

Denis Chouinard, *L'Ange de goudron*
« Je voulais donner une voix aux gens que l'on n'entend pas souvent dans les films et dans les médias. »
The Gazette, février 2001

« Il faut s'enrichir de l'histoire, de la culture des autres, sinon on va s'enfermer de plus en plus et s'étouffer dans notre solitude. » *La Presse*, mars 2001

Rock Demers (producteur). *Contes pour tous*
« C'est une étape charnière dans la vie : le passage entre l'enfance et l'âge adulte, c'est à cet âge que l'on choisit les valeurs qui vont nous suivre toute notre vie. Et pourquoi ne pas leur proposer des sujets de réflexion par le biais du grand écran ? » *Le Soleil*, septembre 2000

Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat*
« Je voulais filmer mon père en train de chasser. Les histoires qu'il me racontait étaient si passionnantes que j'ai à tout prix voulu conserver des images de lui dans le feu de l'action. J'ai surtout fait ce film pour transmettre aux miens cette histoire légendaire, telle qu'elle nous a été transmise depuis des générations. » *La Presse*, mai 2001

Norman Cohn, coproducteur d'*Atanarjuat*
« Les Inuits utilisent la télévision d'une façon originale et ils savent raconter une histoire sans faire de pédagogie. Igloolik Isuma Productions a été fondée pour produire des émissions de télévision et des films qui respectent des principes de base dont l'identité culturelle et la production d'œuvres cinématographiques professionnelles axées sur la collectivité. » *La Presse*, mars 2001

« [Ce film constitue] en grande partie une histoire d'amour shakespearienne, où les tensions familiales se libèrent dans une sorte de violation, du fait d'un manque culturel. La culture s'est désagrégée, et lorsque les choses vont mal, les gens se conduisent mal. Ou l'on surmonte cette situation ou l'on en meurt : voilà le thème du film. C'est une histoire très morale. » *Toronto Star*, mai 2001

Philippe Baylaucq, *Les Couleurs du sang*
« Le cinéma est un art complet auquel il manque pourtant le toucher. Ces supports multiples des films en noir et blanc et en couleurs, en super 8, en 35 mm, en 16 mm, en 8 mm vidéo, témoignaient de la vie de mon grand-père, certes, mais aussi de l'évolution de la technologie à travers le siècle. Ça se terminait avec la caméra numérique que j'ai utilisée pour mon documentaire. La boucle était bouclée. »
Le Devoir, mars 2001

Jean Beaudin, *Willie*
« Ce ne sont pas les faits qui sont les plus révélateurs. On a essayé de travailler le personnage par son essence même. On est allé à l'intérieur du personnage de Willie Lamothe. On a essayé de parler de l'homme et de la femme dans ce qu'ils ont de plus grand et de plus petit. Ça vient ensemble, d'ailleurs. Pour être brave, parfois, il faut à l'occasion avoir été lâche. C'est un peu ça aussi qu'on a essayé de montrer, c'est-à-dire que pour être grand, il faut parfois être petit. »
Le Journal de Montréal, octobre 2000

Louis Bélanger (coréalisateur). *Lauzon Lauzonne*
« J'ai accepté le projet parce que j'aimais le scénario d'Isabelle [Hébert]. C'était la porte d'entrée dans l'univers de Lauzon. On touchait au cœur de la création, de l'amour, de la peur, de la folie : des thèmes universels. »
Le Soleil, mars 2001

Bertrand Bonello, *Le Pornographe*
« La pornographie permettait de parler du cinéma, de la politique, du mensonge. Ce n'est qu'au montage qu'il m'est apparu que l'on pouvait effectivement remplacer "pornographie" par "cinéma d'auteur", comme lui marginal et artisanal. » *La Presse*, mai 2001

Lois Brown (coréalisatrice). *The Bingo Robbers*
« Nous avons voulu montrer deux personnages qui, quelle que soit la situation désespérée dans laquelle ils se trouvent, n'arrêtent jamais de se disputer ni de parler de leurs angoisses. Ces deux personnages se sont en quelque sorte trouvés. Ce sont deux personnes qui s'accordent mutuellement le droit de se parler, aussi ridicule que cela paraisse. » *The Telegram*, septembre 2000

Gary Burns, *waydowntown*
« Tout a commencé il y a deux ans. Je devais envoyer mon projet à Téléfilm avant le 15 novembre. J'ai donc pondu un paragraphe sur l'idée de la Plus 15 [des passerelles communicantes dans un centre commercial de Calgary appelé Plus 15, car elles sont situées à plus de 15 pieds au-dessus du niveau de la rue] qui, selon moi, a détruit le cachet du centre-ville de Calgary. » *The Globe and Mail*, novembre 2000

« Je suis parti du personnage de Tom – c'était celui qui devrait quitter l'histoire ou évoluer. À partir de là, j'ai dressé une liste de personnages. D'un côté, le mec louche, de l'autre, le dirigeant dégueulasse et enfin la secrétaire. Je ne connais pas grand-chose à la culture d'entreprise, mais les gens se ressemblent, qu'ils travaillent dans un bureau ou qu'ils soient ouvriers de chantier. »
Vancouver Sun, septembre 2000

Denis Chouinard, *L'Ange de goudron*
« Je voulais donner une voix aux gens que l'on n'entend pas souvent dans les films et dans les médias. »
The Gazette, février 2001

« Il faut s'enrichir de l'histoire, de la culture des autres, sinon on va s'enfermer de plus en plus et s'étouffer dans notre solitude. » *La Presse*, mars 2001

Rock Demers (producteur). *Contes pour tous*
« C'est une étape charnière dans la vie : le passage entre l'enfance et l'âge adulte, c'est à cet âge que l'on choisit les valeurs qui vont nous suivre toute notre vie. Et pourquoi ne pas leur proposer des sujets de réflexion par le biais du grand écran ? » *Le Soleil*, septembre 2000

Alain DesRochers, *La Bouteille*
« Avec *La Bouteille*, mon but premier est tout simplement de faire réfléchir sur le fait que l'on doit s'arrêter un jour pour se demander si l'on a réalisé ses rêves, ses objectifs. Sommes-nous qui nous avons voulu être ? Avons-nous fait ce que nous voulions faire ? Sommes-nous arrivés là où nous voulions aller ? »
Le Journal de Montréal, octobre 2000

Bernard Émond, *La Femme qui boit*
« Il en faut, des films qui parlent de choses graves, des films qui vont au fond des choses. Moi, j'avais envie d'aller au fond de la douleur et c'est ce que j'ai fait. »
Le Droit, mars 2001

« Ce film est avant tout destiné à mes compatriotes et je suis le premier surpris de sa présence [à Cannes]. Par ailleurs, ça prouve qu'il n'est pas nécessaire de faire délibérément "international" pour intéresser les étrangers. »
La Presse, mai 2001

Philippe Falardeau, *La Moitié gauche du frigo*
« Il y a trois ans, j'aurais évoqué la nécessité de faire un film engagé, sur un propos social donné, qui est le chômage. J'étais en mission. Puis, au fur et à mesure que le projet avançait, je me suis aperçu qu'en faisant du cinéma, on raconte des histoires à travers des personnages, et que c'est dans leur vérité qu'il fallait que je cherche. »
Le Devoir, novembre 2000

« Un film, ce n'est pas des idées. Un film se compose de personnages et de situations dramatiques. La question du travail fait partie de mon sujet, mais il doit y avoir des êtres humains au centre. Vous pouvez faire des erreurs au montage, dans la continuité, et le public vous pardonnera. Mais faites une erreur de distribution et vous tuerez votre film. » *The Globe and Mail*, mars 2001

John Fawcett, *Ginger Snaps*
« Quand on essaie de faire un film d'horreur, la première question que l'on se pose, c'est : Qu'est-ce qui me fait peur ? Pour moi, c'est l'idée de quelque chose qui pourrait entrer dans mon corps et m'infecter ; quelque chose que je ne pourrais pas contrôler, quelque chose d'interne que je ne peux ni voir ni suivre. Évidemment, j'aimerais que les films canadiens soient un peu plus commerciaux. Je crois que le fait de ne pas essayer de concurrencer les Américains n'est pas une bonne idée. » *National Post*, mai 2001

John Greyson, *The Law of Enclosures* (adaptation d'un roman de Dale Peck)
« L'exercice ne consistait pas à trouver l'histoire, car elle existait déjà. Il s'agissait de trouver la meilleure façon de la raconter. » *Take One*, automne 2000

« Le plus intéressant selon moi, c'est le "truc" du temps [nous sommes en 1991, la Guerre du Golfe passant et repassant sans relâche, pas toujours clairement d'ailleurs, à la télévision] qui me semblait une métaphore très originale de la manière dont les couples s'enlisent peu à peu. Je crois que ce thème plaît aux gens. » *National Post*, mars 2001

Sturla Gunnarsson, *Scorn*
« Je crois que c'est un film que les parents peuvent regarder avec leurs enfants. On avait le sentiment de pénétrer dans un "monde de garçons". Lorsqu'on n'entendait pas ce qu'ils se racontaient, ils semblaient si doux et innocents. Il y avait une sorte d'irréalité dans ce qu'ils faisaient. »
The Gazette, mars 2001

Michel Jetté, *Hochelaga*
« Quand j'ai commencé à écrire le scénario, je voulais parler de la quête de l'identité et du sentiment de l'appartenance. Avec le temps, c'est devenu partie intégrante de l'histoire, son fondement. Au fur et à mesure de l'évolution du scénario, je me suis rendu compte qu'il s'agissait plutôt d'une histoire de manipulation, de confusion et de chaos, où je décrivais la manière dont, lorsqu'on entre dans une sphère de pouvoir et que l'on est au bas de la pyramide, on ne comprend pas toujours clairement les enjeux. »
The Gazette, septembre 2000

Robert Lepage, *Possible Worlds*
« Ce qui m'intéresse, c'est de faire réfléchir le spectateur, de le forcer à mettre lui-même les morceaux du puzzle ensemble. On ne peut pas faire autrement, quand on est un cinéaste, que de refléter les valeurs et les questions du moment. Tout en étant à la base une simple histoire d'amour, *Possible Worlds* traite de la multiplicité des choix sur laquelle s'ouvre la société d'aujourd'hui. »
Le Journal de Montréal, septembre 2000

André Melançon, *Asbestos*
« Je veux qu'on sente la dignité, la solidarité, du mouvement ouvrier. Des ouvriers vivaient des conditions de travail inhumaines marquées par la maladie et des salaires de famine. »
La Presse, mars 2001

George Mihalka, *Dr Lucille*
« J'ai lu le scénario, et j'ai découvert cette incroyable poésie visuelle qui, tout d'un coup, a rendu la vie de cette femme si passionnante. Grâce au scénario de Rob Forsyth, je regardais l'image par le bon côté du télescope. C'était un film sur la générosité d'esprit, la dignité et la noblesse de l'animal humain. » *Take One*, printemps 2000

Allan Moyle, *New Waterford Girl*
« Les projets se manifestent à mon esprit d'une drôle de façon. Ils me trouvent littéralement. En fait, *New Waterford Girl* m'est tombé dessus un jour où j'avais envie de quitter Los Angeles. Je crois que c'était un signe. Je suis Poisson : je crois aux signes. » *Take One*, printemps 2000

Michael Parker, *Lunch with Charles*
« Ces deux couples reflètent l'étape où je me situe sur le plan créatif. Ce qui est fascinant, c'est le processus d'écriture qui a duré cinq ans, son évolution et le fait qu'il est passé du papier à quelque chose de concret sous mes yeux. Nous avons dîné avec la distribution. C'était bizarre, comme si les personnages quittaient le papier pour se mettre à table. Les personnages avaient leur propre vie. »
Reel West Magazine, octobre – novembre 2000

Jeremy Podeswa, *The Five Senses*
« D'une certaine manière, *The Five Senses* évoque la façon dont il faut écouter son cœur et non son esprit, ou plus simplement la confiance qu'il faut avoir dans la vie et l'amour. Nous vivons à une époque cynique, mais les sentiments naturels précèdent l'urbanité, l'ennui et la lassitude. Les sens sont primordiaux et, en nous mettant en communication avec le monde, ils nous mettent en relation avec les autres. L'idée que les gens puissent trouver l'amour là où ils ne s'y attendaient pas ou trouver une sorte de lien humain a été une inspiration. » *Hollywood@home*, décembre 2000

Léa Pool, *Lost and Delirious*
« Ce projet m'a amenée de surprise en surprise. Même si, pour la première fois, je mets en scène un film dont je n'ai pas écrit le scénario, *Lost and Delirious* me ressemble beaucoup. Je dirais même qu'il m'est très proche. Plus que je ne l'aurais cru au départ. » *La Presse*, décembre 2000

Gildor Roy (comédien), *K2* de Gabriel Pelletier
« Le leitmotiv de Chabot [personnage du film] est "l'amour est plus fort que tout". »
Le Journal de Montréal, novembre 2000

John N. Smith, *Cap Random*
« Nous avons pris la grande décision de tout tourner sur place, de ne pas filmer en studio et de bâtir une communauté vivante dans un lieu isolé, sur les rivages de Terre-Neuve. C'est l'une des plus extraordinaires expériences cinématographiques de ma vie. »
Playback International, automne 2000

Denis Villeneuve, *Maelström*
« Pour les Nord-Américains, la mort est un sujet tabou. C'est étrange : je crois que nous devrions nous sentir plus proches de la mort et lui rendre hommage. Elle devrait faire davantage partie de notre vie. Peut-être que j'ai ce sentiment parce que j'ai des enfants. Dès l'instant où j'ai eu un enfant, j'ai senti ma mort plus proche de moi. La paternité m'a rendu plus serein à l'égard de la mort. »
The Gazette, septembre 2000

« J'ai un grand espace à découvrir. C'est incroyable tout le travail qui m'attend. » *La Presse*, février 2001

Clement Virgo, *Love Come Down*
« Je veux créer des personnages de chair et de sang. Je veux comprendre, connaître leurs peurs et savoir ce qui les fait vibrer. Ce qui m'intéresse, c'est le blanc et le noir. »
Take One, automne 2000

« Ça fait du bien de voir que l'Académie [canadienne du cinéma et de la télévision] et ses membres se mêlent un peu plus, ce qui révèle que l'expérience culturelle canadienne fonctionne. C'est merveilleux d'être reconnu comme un cinéaste et comme un Noir canadien. »
Toronto Star, décembre 2000

« En tant que réalisateur, je suis toujours porté à explorer mon âme. C'est pourquoi mon premier film s'intitulait *Save My Lost Nigga Soul*. J'essaie de découvrir un moyen d'"être" dans ce monde. John Cassavetes disait que le seul sujet valable pour un film, c'est l'amour. Je crois qu'il a raison. » *Toronto Sun*, mars 2001

Télévision

Fonds canadien de télévision
Programme de participation au capital

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets	Devis totaux**	Téléfilm Canada	Répartition linguistique
		en milliers de dollars	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS				
Production	84	139 053	30 898	
Modifications – production***	–	–	-194	
SOUS-TOTAL	84	139 053	30 705	
Scénarisation et développement	63	3 899	1 288	
Modifications – développement***	–	–	46	
SOUS-TOTAL	63	3 899	1 334	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	**147**	**142 952**	**32 039**	**32,3**
ANGLAIS				
Production	157	332 394	62 381	
Modifications – production***	–	–	-84	
SOUS-TOTAL	157	332 394	62 297	
Scénarisation et développement	136	6 407	2 397	
Modifications – développement***	–	–	67	
SOUS-TOTAL	136	6 407	2 463	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	**293**	**338 801**	**64 760**	**65,2**
LANGUES AUTOCHTONES				
Production	15	6 503	2 278	
Modifications – production***	–	–	-6	
SOUS-TOTAL	15	6 503	2 271	
Scénarisation et développement	14	580	229	
Modifications – développement***	–	–	–	
SOUS-TOTAL	14	580	229	
SOUS-TOTAL – LANGUES AUTOCHTONES	**29**	**7 083**	**2 500**	**2,5**
TOTAL	**469**	**488 837**	**99 299**	**100,0**

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.
** Comprend les devis totaux des coproductions.
*** Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.

Fonds canadien de télévision

Programme de participation au capital

Le Fonds canadien de télévision (FCT) est une initiative des secteurs public et privé lancée en 1996 par le gouvernement du Canada et l'industrie canadienne de la télévision par câble. Le Fonds est constitué de deux programmes, soit le Programme de droits de diffusion (PDD) administré par le FCT et le Programme de participation au capital (PPC) administré par Téléfilm Canada.

Le FCT assure un financement essentiel au secteur de la production télévisuelle et cinématographique au Canada. Les créateurs, les producteurs, les distributeurs, les exportateurs et les entreprises de télédiffusion trouvent dans le FCT un partenaire de premier plan. En cinq ans, le Fonds a permis la mise en ondes de plus de 10 000 heures de télévision originale canadienne dans le secteur des dramatiques, des documentaires, des émissions pour enfants, des émissions de variétés et des longs métrages.

Grâce au FCT, le public a accès – à des heures de grande écoute, partout au pays, et sur les ondes d'une grande variété d'entreprises publiques, privées et spécialisées – à des centaines d'émissions de grande qualité.

Programme de participation au capital du FCT

Le budget du Programme de participation au capital du FCT est d'environ 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il appuie la production télévisuelle et cinématographique, de même que le développement et la scénarisation de nouveaux projets pour la télévision.

Par ailleurs, le PPC administre l'enveloppe de 2,5 millions de dollars du FCT destinée au développement et à la production de projets en langues autochtones.

Un record de 469 projets de production et de développement

L'exercice 2000-2001 du Programme de participation au capital a été particulièrement fructueux, reflétant le dynamisme et la créativité d'une industrie en plein essor.

Le PPC a appuyé un record de 469 projets, soit 46 % de plus qu'il y a quatre ans. L'un des objectifs du PPC est d'assurer la création d'une grande diversité de projets – tant sur le plan des catégories, des devis et des sujets que de la provenance régionale. Ces projets reflètent la richesse des sources d'inspiration canadiennes et permettent à un grand nombre de scénaristes et de réalisateurs d'illustrer leur vision du monde.

Pour mettre en œuvre les projets de l'exercice, les producteurs canadiens ont réuni des budgets totaux de 488,8 millions de dollars, soit tout près d'un demi-milliard de dollars. Ces devis incluent la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, soit 22, 8 millions de dollars.

Un record de 1 077,6 heures de production canadienne sur nos écrans

Cette production record s'est traduite par une plus grande présence des histoires et des images canadiennes sur les écrans, soit 1 077,6 heures, une hausse de plus de 20 % par rapport à 1999-2000. Cette augmentation a touché plusieurs catégories d'émissions, soit les dramatiques, les émissions pour enfants et les documentaires. Il faut noter que ces résultats incluent les heures de diffusion des longs métrages appuyés par le FCT.

Répartition des engagements entre les dramatiques, les documentaires, les émissions pour enfants et les variétés

En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), 64 % des investissements du PPC ont été consacrés aux dramatiques, 21 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et aux arts de la scène. Ces différentes catégories d'émissions offrent un panorama culturel impressionnant.

L'industrie du documentaire s'est révélée particulièrement performante cette année, en raison des nouvelles fenêtres de diffusion qui s'offrent à elle, tant au pays qu'à l'étranger : 151 documentaires ont été produits, comparativement à 110 pendant l'exercice précédent. Quant aux heures de production des documentaires, elles ont augmenté de quelque 40 %.

Autre fait à noter : la production d'émissions pour enfants se maintient au même niveau depuis quelques années et continue d'impressionner par sa diversité et sa qualité. Ce secteur d'activité s'illustre tout particulièrement du côté de la coproduction internationale et des exportations.

L'OR
Productions La Fête

CORNEMUSE
Sélection Production

Stabilité, aussi, des investissements dans le secteur des variétés et des arts de la scène, des émissions qui illustrent de maintes façons la vie artistique canadienne et les talents canadiens.

Production : un vaste réseau de partenariats financiers

Plusieurs sources de financement canadiennes et étrangères, publiques et privées, ont contribué aux productions de l'exercice.

La contribution du PPC, qui représente 21 % des devis, s'est de nouveau révélée un levier important. Cette contribution par projet est inférieure à celle des exercices précédents, exigeant moins de ressources financières de la part du PPC. Le Programme a pu ainsi appuyer un plus grand nombre de projets que jamais.

Le tableau sur l'Analyse de la participation financière indique que d'autres Fonds de Téléfilm, de même que le Programme de droits de diffusion du FCT, ont contribué au financement des projets de l'exercice. Au total, Téléfilm et le Fonds canadien de télévision ont assumé 36,8 % des devis de l'exercice.

La contribution des entreprises de télédiffusion continue de croître. Elle est passée progressivement de 17,8 % en 1997-1998 à 23,3 % en 2000-2001. L'augmentation de cette année a particulièrement bénéficié aux dramatiques en français et aux documentaires. Ajoutons que le PPC a alloué 34 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 66 % à des projets destinés aux autres entreprises de télédiffusion.

Il faut aussi mentionner une augmentation de la participation du secteur privé, qui est passée de 9,7 % des devis en 1999-2000 à 12,1 % en 2000-2001. Parmi

Répartition géographique des projets

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital

Lieu	Nombre de projets*	Nombre d'heures de production	Devis** en milliers de dollars	en milliers de dollars	Participation de Telefilm Canada % du devis
Montréal	83	490,5	150 188	**35 084**	**23**
Toronto	52	232,8	118 246	**24 100**	**20**
SOUS-TOTAL	135	723,3	268 434	**59 184**	**22**
Colombie-Britannique	45	137,3	85 692	**14 645**	**17**
Alberta	11	27,5	19 264	**5 090**	**26**
Saskatchewan	12	33,5	16 114	**3 369**	**21**
Manitoba	11	33,5	8 254	**1 991**	**24**
Région du Nord	3	8,0	1 030	**425**	**41**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	7	37,5	4 982	**1 449**	**29**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	6	13,0	1 877	**421**	**22**
Nouveau-Brunswick	4	8,0	1 513	**235**	**16**
Nouvelle-Écosse	14	34,5	19 745	**4 442**	**22**
Île-du-Prince-Édouard	2	8,0	5 056	**795**	**16**
Terre-Neuve	6	13,5	23 209	**3 512**	**15**
SOUS-TOTAL	121	354,3	186 736	**36 373**	**19**
TOTAL	256	1 077,6	455 170	**95 557**	**21**

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.
** Ne comprend pas la part étrangère (22 781 198 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

45-48

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

les investisseurs privés, les producteurs, les équipes et les services ont particulièrement augmenté leurs investissements dans les dramatiques et les documentaires en anglais.

La contribution des organismes de financement fédéraux et provinciaux demeure essentielle à la création télévisuelle, tant par l'entremise de crédits d'impôt qui représentent plus de 80 % de leur apport, que d'investissements. Cette année, les organismes de financement de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse et de l'Alberta ont augmenté leur participation, ce qui a contribué à une explosion de la production dans ces provinces.

Enfin, en raison du grand nombre de coproductions soutenues au cours de l'exercice, l'apport des partenaires internationaux s'est révélé spectaculaire, atteignant 52,5 millions de dollars. Cette somme inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

PIQUSINGIT
Inuit Communications Systems Ltd.

Production en langues autochtones

Pour encourager la production en langues autochtones, dont les conditions de développement sont particulières, le Fonds canadien de télévision fait preuve de souplesse en ce qui concerne son pourcentage d'investissement, les droits de diffusion, les heures de diffusion et l'emploi de stagiaires.

En 2000-2001, 15 productions autochtones ont été financées par l'entremise d'une enveloppe spéciale du FCT administrée par le Programme de participation au capital. Huit projets proviennent de la région de l'Ouest et du Nord, cinq du Québec et deux de l'Ontario. Ces histoires se déroulent en huit langues autochtones dont l'inuktitut, que l'on retrouve dans près de la moitié des productions.

On remarque une très nette augmentation des devis de production, dont la moyenne est de 430 000 $ en 2000-2001, comparativement à 270 000 $ l'année précédente. Trois projets ont des devis de moins de 200 000 $, huit entre 200 000 $ et 500 000 $, trois entre 500 000 $ et 1 million de dollars, et un projet, *Stories From the Seventh Fire: Spring, Summer*, a un devis de plus de 1 million de dollars.

Les producteurs autochtones ont par ailleurs diversifié leurs sources de financement puisque la contribution du PPC représente en moyenne 35 % de leur devis cette année, une nette diminution par rapport à 45 % en 1999-2000. La contribution aux projets s'échelonne de 7,6 % à 63,6 %. Il faut par ailleurs noter que trois projets sont des coproductions entre plusieurs régions du pays.

L'Aboriginal Peoples Television Network est associé à toutes les productions en langues autochtones, dont huit en collaboration avec d'autres diffuseurs, tels Channel 24 Igloolik, TFO, SCN, CTV Network (Baton), Vision TV et CLC.

Le PPC a également appuyé le développement et la scénarisation de 14 autres projets en langues autochtones, misant sur l'avenir de cette industrie.

Répartition régionale : 38 % des investissements en dehors de Montréal et de Toronto

L'un des objectifs majeurs du FCT est de stimuler la production régionale de sorte que la télévision canadienne reflète les différentes réalités du pays. À cet égard, le PPC peut dire : « mission accomplie » !

Voici comment sont répartis les engagements du PPC cette année (ces pourcentages incluent la production

Répartition linguistique des projets

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	32 039	32,3	**171 766**	**33,2**
ANGLAIS	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 128	66,4	64 760	65,2	**339 198**	**65,6**
LANGUES AUTOCHTONES	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	2 500	2,5	**6 498**	**1,3**
TOTAL	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	99 299	100,0	**517 462**	**100,0**

les investisseurs privés, les producteurs, les équipes et les services ont particulièrement augmenté leurs investissements dans les dramatiques et les documentaires en anglais.

La contribution des organismes de financement fédéraux et provinciaux demeure essentielle à la création télévisuelle, tant par l'entremise de crédits d'impôt qui représentent plus de 80 % de leur apport, que d'investissements. Cette année, les organismes de financement de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse et de l'Alberta ont augmenté leur participation, ce qui a contribué à une explosion de la production dans ces provinces.

Enfin, en raison du grand nombre de coproductions soutenues au cours de l'exercice, l'apport des partenaires internationaux s'est révélé spectaculaire, atteignant 52,5 millions de dollars. Cette somme inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Production en langues autochtones

Pour encourager la production en langues autochtones, dont les conditions de développement sont particulières, le Fonds canadien de télévision fait preuve de souplesse en ce qui concerne son pourcentage d'investissement, les droits de diffusion, les heures de diffusion et l'emploi de stagiaires.

En 2000-2001, 15 productions autochtones ont été financées par l'entremise d'une enveloppe spéciale du FCT administrée par le Programme de participation au capital. Huit projets proviennent de la région de l'Ouest et du Nord, cinq du Québec et deux de l'Ontario. Ces histoires se déroulent en huit langues autochtones dont l'inuktitut, que l'on retrouve dans près de la moitié des productions.

On remarque une très nette augmentation des devis de production, dont la moyenne est de 430 000 $ en 2000-2001, comparativement à 270 000 $ l'année précédente. Trois projets ont des devis de moins de 200 000 $, huit entre 200 000 $ et 500 000 $, trois entre 500 000 $ et 1 million de dollars, et un projet, *Stories From the Seventh Fire: Spring, Summer*, a un devis de plus de 1 million de dollars.

Les producteurs autochtones ont par ailleurs diversifié leurs sources de financement puisque la contribution du PPC représente en moyenne 35 % de leur devis cette année, une nette diminution par rapport à 45 % en 1999-2000. La contribution aux projets s'échelonne de 7,6 % à 63,6 %. Il faut par ailleurs noter que trois projets sont des coproductions entre plusieurs régions du pays.

L'Aboriginal Peoples Television Network est associé à toutes les productions en langues autochtones, dont huit en collaboration avec d'autres diffuseurs, tels Channel 24 Igloolik, TFO, SCN, CTV Network (Baton), Vision TV et CLC.

Le PPC a également appuyé le développement et la scénarisation de 14 autres projets en langues autochtones, misant sur l'avenir de cette industrie.

Répartition régionale : 38 % des investissements en dehors de Montréal et de Toronto

L'un des objectifs majeurs du FCT est de stimuler la production régionale de sorte que la télévision canadienne reflète les différentes réalités du pays. À cet égard, le PPC peut dire : « mission accomplie » !

Voici comment sont répartis les engagements du PPC cette année (ces pourcentages incluent la production

Répartition linguistique des projets

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2001	
Français	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	32 039	32,3	171 766	33,2
Anglais	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 126	66,4	64 760	65,2	339 198	65,6
Langues autochtones	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	2 500	2,5	6 498	1,3
Total	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	99 299	100,0	517 462	100,0

LUCKY GIRL
Alliance Atlantis Communications
Triptych Media

et le développement, les émissions de télévision et les longs métrages) :

- 37 % à des projets de Montréal ;
- 25 % à des projets de Toronto ;
- 26 % à des projets de la région de l'Ouest et du Nord ;
- 10 % à des projets de la région de l'Atlantique ; et
- 2 % à des projets du Québec et de l'Ontario provenant d'autres villes que Montréal et Toronto.

L'appui à la production régionale (c'est-à-dire celle qui est issue d'autres villes que Montréal et Toronto) est très élevé cette année, atteignant 38 % des investissements du programme, comparativement à 36 % en 1999-2000 et 29 % en 1998-1999.

L'industrie des provinces des Prairies et des provinces atlantiques a été particulièrement active, avec plusieurs projets d'envergure. C'est en Alberta, en Saskatchewan et à Terre-Neuve qu'on observe les augmentations les plus importantes.

Répartition linguistique des engagements

De par son mandat, le PPC est tenu d'encourager équitablement la production en français, en anglais et en langues autochtones.

En 2000-2001, la répartition linguistique a été la suivante : 32,3 % des engagements du PPC ont été alloués à la production de langue française, 65,2 % à la production de langue anglaise et 2,5 % à la production de langues autochtones.

Au cours de l'exercice, le PPC a accordé 8,1 millions de dollars à 44 projets de production et de développement provenant de sociétés de production en situation linguistique minoritaire. Vingt-six projets produits en anglais à Montréal ont reçu une somme de 6,3 millions de dollars, tandis que 18 projets en français issus de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick ont reçu une somme de 1,8 million de dollars.

Analyse de la participation financière

Production seulement – nouveaux contrats signés

Catégories	Nombre de projets	Heures de production	Devis totaux	Devis**	Téléfilm Canada					
					FCT – Programme de participation au capital		Fonds de financement de longs métrages		Autres fonds (PPRP)	
					en millions de dollars	%	en millions de dollars	%	en millions de dollars	%
FRANÇAIS										
Dramatiques	17	144,0	72 227	**72 227**	18 089	25,0	–	0,0	109	0,2
Variétés	6	16,5	3 668	**3 668**	1 068	29,1	–	0,0	–	0,0
Enfants	10	222,3	20 039	**20 039**	3 267	16,3	–	0,0	–	0,0
Documentaires	47	101,9	25 677	**23 821**	5 949	25,0	–	0,0	9	0,0
Longs métrages	4	6,3	17 442	**12 178**	2 525	20,7	–	0,0	300	2,5
SOUS-TOTAL	84	490,9	139 053	**131 932**	30 898	23,4	0	0,0	418	0,3
ANGLAIS										
Dramatiques	32	225,0	205 949	**205 949**	37 151	18,0	–	0,0	157	0,1
Variétés	5	4,0	2 569	**2 021**	631	31,2	–	0,0	–	0,0
Enfants	11	64,8	46 548	**40 886**	7 776	19,0	–	0,0	130	0,3
Documentaires	104	219,8	53 170	**53 170**	11 893	22,4	–	0,0	234	0,4
Longs métrages	5	8,2	24 158	**14 708**	4 930	33,5	850	5,8	–	0,0
SOUS-TOTAL	157	521,7	332 394	**316 734**	62 381	19,7	850	0,3	522	0,2
LANGUES AUTOCHTONES	15	65,0	6 503	**6 503**	2 278	35,0	0	0,0	0	0,0
TOTAL	256	1 077,6	477 951	**455 170**	95 557	21,0	850	0,2	940	0,2

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.
** Ne comprend pas la part étrangère (22 781 198 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

Longs métrages : neuf projets de production

Le PPC administre la moitié de l'enveloppe du FCT consacrée aux longs métrages, soit 7,5 millions de dollars. En 2000-2001, le Programme de participation au capital a appuyé la production de neuf nouveaux longs métrages, dont quatre ont été produits en français à Montréal : *L'Amant de ma mère* de Louis Choquette, *Champion* de Sylvain Chomet, *Le Collectionneur* de Jean Beaudin et *Mariages* de Catherine Martin. Cinq longs métrages ont été produits en anglais : *Last Wedding* de Bruce Sweeney et *Lola* de Carl Bessai, produits à Vancouver, *Almost America* d'Andrea et Antonio Frazzi, produit à Calgary, *Rare Birds* de Sturla Gunnarsson, produit à St. John's, Terre-Neuve, et *A Wilderness Station* d'Anne Wheeler, produit à Montréal.

En plus de sa contribution dans le cadre du FCT, Téléfilm Canada a appuyé l'industrie cinématographique par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages – dont c'était la dernière année, ce fonds étant remplacé par le Fonds du long métrage du Canada –, du Fonds régulier, qui appuie surtout des projets à petit budget, et de deux programmes du nouveau Fonds du long métrage du Canada qui ont été actifs dès 2000-2001 : le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Au total, Téléfilm Canada a appuyé la production de 64 longs métrages et le développement de 173 autres projets de longs métrages.

Croissance des coproductions

En 2000-2001, le PPC a participé au financement de 22 coproductions (dont 20 émissions de télévision et deux longs métrages, *Champion* et *Almost America*), y investissant une somme totale de 13,4 millions de dollars. Quinze œuvres sont des coproductions majoritaires du Canada.

FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
14 046	19,4	21 712	30,1	2 091	2,9	270	0,4	15 814	21,9	96	0,1
486	13,2	1 077	29,4	203	5,5	22	0,6	811	22,1	–	0,0
3 691	18,4	7 537	37,6	958	4,8	–	0,0	4 586	22,9	–	0,0
3 937	16,5	5 881	24,7	1 174	4,9	80	0,3	6 355	26,7	437	1,8
900	7,4	547	4,5	891	7,3	915	7,5	4 861	39,9	1 238	10,2
23 059	17,5	36 754	27,9	5 318	4,0	1 287	1,0	32 427	24,6	1 771	1,3
33 392	16,2	43 389	21,1	31 564	15,3	14 100	6,8	25 378	12,3	20 818	10,1
356	17,6	491	24,3	349	17,3	56	2,7	138	6,8	–	0,0
5 498	13,4	7 286	17,8	6 200	15,2	3 837	9,4	4 431	10,8	5 728	14,0
6 489	12,2	15 842	29,8	7 933	14,9	1 018	1,9	8 415	15,8	1 346	2,5
1 230	8,4	828	5,6	1 913	13,0	2 405	16,4	2 552	17,3	–	0,0
46 965	14,8	67 836	21,44	7 959	15,1	21 415	6,8	40 915	12,9	27 891	8,8
0	0,0	1 426	21,9	1 874	28,8	0	0,0	926	14,2	0	0,0
70 025	15,4	106 016	23,3	55 151	12,1	22 701	5,0	74 268	16,3	29 663	6,5

sept sont des minoritaires canadiennes. Les devis totaux de ces coproductions s'élèvent à 119 millions de dollars. La part canadienne représente 75 millions de dollars, et le PPC a assumé 18 % de ce montant.

Il s'agit d'une nette augmentation par rapport à l'exercice précédent, alors que le PPC avait alloué 4,3 millions de dollars à 14 coproductions dont les devis totaux s'élevaient à 43,7 millions de dollars.

Une fenêtre ouverte sur notre société

Les dramatiques témoignent de la richesse et de la diversité de l'expérience canadienne. Que ce soit à travers des séries historiques, des émissions portant sur des sujets d'actualité, des séries policières, des comédies romantiques ou des émissions humoristiques, ces émissions expriment plusieurs facettes de la condition humaine.

La télévision d'ici est reconnue pour la qualité de ses productions pour enfants, qui proposent de l'animation, des personnages en chair et en os ou encore un amalgame de ces deux genres. Ces émissions offrent au jeune public un voyage autour du monde, stimulent leur imagination et nourrissent leur faculté d'émerveillement. Un des grands succès d'exportation de l'industrie canadienne !

Nos documentaires sont à l'image du pays. Ils reflètent son héritage culturel aussi bien que la diversité des peuples, des langues et des traditions qui le composent. Ancrés dans la réalité canadienne, ils sont aussi d'intérêt universel : histoire, politique, religion, cultures autochtones, environnement, santé, criminalité, spiritualité, mondialisation, immigration, etc.

Par ailleurs, les émissions de variétés et des arts de la scène mettent en vedette quelques-uns des meilleurs chanteurs, danseurs, comédiens et musiciens canadiens. Des mondes à découvrir !

Entreprises de télédiffusion

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Secteur public								
			CBC/ CBC régions	CBC Newsworld	RDI	SRC/ SRC régions	Total		Télé-Québec	TVOntario/ TFO	Access Knowledge/ SCN et autres
FRANÇAIS											
Dramatiques	21 712	30,1	–	–	–	12 702	12 702	17,6	213	400	–
Variétés	1 077	29,4	80	–	–	622	672	18,3	68	131	–
Enfants	7 537	37,6	–	–	–	1 397	1 397	7,0	1 646	843	–
Documentaires	5 881	24,7	176	–	62	1 364	1 602	6,7	1 792	667	4
Longs métrages	547	4,5	–	–	–	100	100	0,8	–	–	–
SOUS-TOTAL	36 754	27,9	226	0	62	16 185	16 473	12,5	5 718	1 503	4
ANGLAIS											
Dramatiques	43 389	21,1	14 328	–	–	400	14 728	7,2	–	–	–
Variétés	491	24,3	354	–	–	–	354	17,5	–	–	3
Enfants	7 286	17,8	286	–	–	221	507	1,2	–	161	78
Documentaires	15 842	29,8	2 929	584	51	45	3 609	6,8	15	318	543
Longs métrages	828	5,6	340	–	–	–	340	2,3	–	–	–
SOUS-TOTAL	67 836	21,4	18 238	584	51	666	19 539	6,2	15	479	624
LANGUES AUTOCHTONES	1 426	21,9	30	0	0	0	30	0,5	0	20	86
TOTAL	106 016	23,3	18 494	584	113	16 851	36 042	7,9	5 733	2 001	713

sept sont des minoritaires canadiennes. Les devis totaux de ces coproductions s'élèvent à 119 millions de dollars. La part canadienne représente 75 millions de dollars, et le PPC a assumé 18 % de ce montant.

Il s'agit d'une nette augmentation par rapport à l'exercice précédent, alors que le PPC avait alloué 4,3 millions de dollars à 14 coproductions dont les devis totaux s'élevaient à 43,7 millions de dollars.

Une fenêtre ouverte sur notre société

Les dramatiques témoignent de la richesse et de la diversité de l'expérience canadienne. Que ce soit à travers des séries historiques, des émissions portant sur des sujets d'actualité, des séries policières, des comédies romantiques ou des émissions humoristiques, ces émissions expriment plusieurs facettes de la condition humaine.

La télévision d'ici est reconnue pour la qualité de ses productions pour enfants, qui proposent de l'animation, des personnages en chair et en os ou encore un amalgame de ces deux genres. Ces émissions offrent au jeune public un voyage autour du monde, stimulent leur imagination et nourrissent leur faculté d'émerveillement. Un des grands succès d'exportation de l'industrie canadienne !

Nos documentaires sont à l'image du pays. Ils reflètent son héritage culturel aussi bien que la diversité des peuples, des langues et des traditions qui le composent. Ancrés dans la réalité canadienne, ils sont aussi d'intérêt universel : histoire, politique, religion, cultures autochtones, environnement, santé, criminalité, spiritualité, mondialisation, immigration, etc.

Par ailleurs, les émissions de variétés et des arts de la scène mettent en vedette quelques-uns des meilleurs chanteurs, danseurs, comédiens et musiciens canadiens. Des mondes à découvrir !

Entreprises de télédiffusion

Participation financière – Production seulement

Categories	Total		Secteur public								
			CBC/ CBC – régions	CBC Newsworld	RDI	SRC/ SRC – régions	Total		Tele-Quebec	TVOntario/ TFO	Access, Knowledge, SCN et autres
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS											
Dramatiques	**21 712**	**30,1**	–	–	–	12 702	12 702	17,6	213	400	–
Variétés	**1 077**	**29,4**	50	–	–	622	672	18,3	68	191	–
Enfants	**7 537**	**37,6**	–	–	–	1 397	1 397	7,0	3 646	245	–
Documentaires	**5 881**	**24,7**	176	–	62	1 364	1 602	6,7	1 792	667	4
Longs métrages	**547**	**4,5**	–	–	–	100	100	0,8	–	–	–
SOUS-TOTAL	**36 754**	**27,9**	226	0	62	16 185	16 473	12,5	5 718	1 503	4
ANGLAIS											
Dramatiques	**43 389**	**21,1**	14 328	–	–	400	14 728	7,2	–	–	–
Variétés	**491**	**24,3**	354	–	–	–	354	17,5	–	–	3
Enfants	**7 286**	**17,8**	286	–	–	221	507	1,2	–	161	78
Documentaires	**15 842**	**29,8**	2 929	584	51	45	3 609	6,8	15	318	543
Longs métrages	**828**	**5,6**	340	–	–	–	340	2,3	–	–	–
SOUS-TOTAL	**67 836**	**21,4**	18 238	584	51	666	19 539	6,2	15	479	624
LANGUES AUTOCHTONES	**1 426**	**21,9**	30	0	0	0	30	0,5	0	20	86
TOTAL	**106 016**	**23,3**	18 494	584	113	16 851	36 042	7,9	5 733	2 001	713

Développement : davantage de projets en scénarisation

Conformément à son mandat relatif au renouvellement constant des ondes canadiennes, le PPC a appuyé un nombre record de projets de développement et de scénarisation cette année, soit 213 comparativement à 180 et 204 au cours des deux années précédentes. Le PPC est un partenaire de premier plan des producteurs à ce niveau puisque sa contribution s'élève à 36 % des devis, une hausse par rapport à 35 % pendant l'exercice précédent.

Le PPC a alloué 61 % de ses engagements en développement à des projets en anglais, 33 % à des projets en français et 6 % à des projets de langues autochtones.

De ces engagements, 52 % ont été consacrés à des émissions dramatiques, 36 % à des documentaires, 10 % à des émissions pour enfants et 2 % à des émissions de variétés.

Ces projets ont été conçus dans toutes les régions canadiennes et témoignent des multiples sources d'inspiration et d'intérêts régionaux : 19,5 % des engagements du PPC ont été faits dans la région de l'Ouest et du Nord, 12 % dans la région atlantique, 34 % à Montréal, 31 % à Toronto, ainsi que 3,5 % au Québec et en Ontario, dans d'autres villes que Montréal et Toronto.

Télévision éducative Total		Secteur privé										Total	
		CHUM	WIC	CTV réseau	CTV autres affiliés	Canwest Global	Indépendantes	Groupe TVA	Télévision Quatre Saisons	Télévision payante	Services spécialisés		
en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	%
613	0,8	–	–	–	–	–	–	7 130	966	–	301	8 397	11,6
259	7,1	–	–	–	–	50	6	–	–	–	90	146	4,0
3 891	19,4	–	–	–	–	–	117	–	–	–	2 132	2 249	11,2
2 463	10,3	–	7	–	–	–	24	55	–	70	1 661	1 817	7,6
–	0,0	–	–	–	–	–	–	75	–	172	200	447	3,7
7 225	5,5	0	7	0	0	50	147	7 260	966	242	4 383	13 056	9,9
0	0,0	510	930	11 362	–	9 182	–	–	–	620	6 057	28 661	13,9
3	0,1	–	10	–	–	–	–	–	–	–	124	134	6,6
239	0,6	–	–	80	–	–	–	–	–	2 189	4 272	6 541	16,0
876	1,6	525	14	555	111	433	354	–	–	–	9 365	11 357	21,4
–	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	443	46	488	3,3
1 117	0,4	1 035	954	11 997	111	9 615	354	0	0	3 252	19 862	47 180	14,9
106	1,6	0	0	0	15	0	1 245	0	0	0	30	1 290	19,8
8 448	1,9	1 035	961	11 997	126	9 665	1 746	7 260	966	3 494	24 276	61 526	13,5

Secteur privé

Catégories	Total		Producteurs/ Equipes/Services	Fonds d'aide privés	Commanditaires	Autres
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS						
Dramatiques	**2 091**	**2,9**	1 241	850	–	–
Variétés	**203**	**5,5**	144	50	–	9
Enfants	**958**	**4,8**	658	300	–	–
Documentaires	**1 174**	**4,9**	797	377	–	–
Longs métrages	**891**	**7,3**	891	–	–	–
SOUS-TOTAL	**5 318**	**4,0**	3 731	1 577	0	9
ANGLAIS						
Dramatiques	**31 564**	**15,3**	27 885	3 625	–	54
Variétés	**349**	**17,3**	166	183	–	–
Enfants	**6 200**	**15,2**	1 557	4 252	–	392
Documentaires	**7 933**	**14,9**	5 190	2 607	3	133
Longs métrages	**1 913**	**13,0**	1 608	225	–	80
SOUS-TOTAL	**47 959**	**15,1**	36 406	10 891	3	659
LANGUES AUTOCHTONES	**1 874**	**28,8**	1 128	416	92	238
TOTAL	**55 151**	**12,1**	41 265	12 884	95	906

Autres sources gouvernementales

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Organismes fédéraux					
			ONF	Crédit d'impôt fédéral	Autres	Crédit d'impôt de Terre-Neuve	Crédit d'impôt de la Nouvelle-Ecosse	Crédit d'impôt du Nouveau-Brunswick
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS								
Dramatiques	**15 814**	**21,9**	–	4 884	–	–	–	–
Variétés	**811**	**22,1**	–	184	–	–	–	–
Enfants	**4 586**	**22,9**	–	1 527	–	–	–	–
Documentaires	**6 355**	**26,7**	111	1 301	102	–	–	263
Longs métrages	**4 861**	**39,9**	–	463	16	–	–	–
SOUS-TOTAL	**32 427**	**24,6**	111	8 360	118	0	0	263
ANGLAIS								
Dramatiques	**25 378**	**12,3**	–	9 122	–	1 000	2 063	–
Variétés	**138**	**6,8**	–	41	13	–	–	–
Enfants	**4 431**	**10,8**	–	1 667	–	–	76	–
Documentaires	**8 415**	**15,8**	221	2 490	1 047	121	535	64
Longs métrages	**2 552**	**17,3**	–	472	–	437	–	–
SOUS-TOTAL	**40 915**	**12,9**	221	13 792	1 060	1 559	2 674	64
LANGUES AUTOCHTONES	**926**	**14,2**	240	54	57	0	0	0
TOTAL	**74 268**	**16,3**	572	22 206	1 234	1 559	2 674	328

Participants étrangers

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Coproducteurs	Entreprises de télédiffusion	Distributeurs	Autres
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS						
Dramatiques	**96**	**0,1**	96	–	–	–
Variétés	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Enfants	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Documentaires	**437**	**1,8**	237	–	200	–
Longs métrages	**1 238**	**10,2**	–	1 238	–	–
SOUS-TOTAL	**1 771**	**1,3**	333	1 238	200	0
ANGLAIS						
Dramatiques	**20 818**	**10,1**	6 423	3 735	8 317	2 343
Variétés	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Enfants	**5 728**	**14,0**	3 430	–	2 298	–
Documentaires	**1 346**	**2,5**	415	254	626	51
Longs métrages	**0**	**0,0**	–	–	–	–
SOUS-TOTAL	**27 891**	**8,8**	10 268	3 989	11 240	2 394
LANGUES AUTOCHTONES	**0**	**0,0**	0	0	0	0
TOTAL	**29 663**	**6,5**	10 601	5 227	11 440	2 394

								Organismes provinciaux	
Crédit d'impôt du Québec	Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt de l'Alberta	Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt de la Colombie-Britannique	SODEC	SaskFilm	British Columbia Film	Nova Scotia Film	Autres
en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
10 760	–	–	–	–	170	–	–	–	–
412	5	–	18	–	143	–	–	–	50
3 019	–	–	–	–	–	–	–	–	40
3 280	52	–	54	–	913	–	20	–	257
2 315	–	–	–	–	2 068	–	–	–	–
19 785	56	0	72	0	3 294	0	20	0	347
2 570	5 055	425	371	–	–	–	700	440	3 633
–	34	–	–	–	–	–	50	–	–
394	1 100	–	–	–	–	–	225	49	920
837	1 506	–	115	21	35	14	568	180	661
–	–	–	399	62	–	–	–	–	1 181
3 801	7 695	425	885	83	35	14	1 543	669	6 395
281	0	94	0	70	50	0	0	0	80
23 868	7 752	519	957	153	3 379	14	1 563	669	6 822

Participation totale des entreprises de télédiffusion canadiennes

incluant les investissements et achats de droits

Entreprises de télédiffusion	Dramatiques	Variétés	Enfants	Documentaires	Longs métrages	Total
	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE						
TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE						
Canwest Global	9 182	50	–	433	–	**9 665**
CHUM	510	–	–	525	–	**1 035**
CTV – réseau/autres affiliées	11 362	–	95	666	–	**12 123**
Aboriginal Peoples Television Network	–	78	131	1 147	–	**1 356**
Indépendantes	–	137	–	254	–	**391**
Groupe TVA	7 130	–	–	55	75	**7 260**
Télévision Quatre Saisons	966	–	–	–	–	**966**
WIC	930	10	–	21	–	**961**
TÉLÉVISION ÉDUCATIVE						
Access	–	–	–	122	–	**122**
Canadian Learning Channel	–	–	50	37	–	**87**
Knowledge	–	2	–	167	–	**169**
SCN	–	1	78	257	–	**336**
Télé-Québec	213	68	3 646	1 807	–	**5 733**
TVO/TFO	400	191	406	1 005	–	**2 001**
TÉLÉVISION PAYANTE						
Astral Télé Réseaux	–	–	–	50	437	**487**
Family Channel	–	–	1 959	–	–	**1 959**
Movie Network	300	–	–	–	–	**300**
Movie Pix	125	–	150	–	–	**275**
Super Channel	150	–	80	–	103	**333**
Super Écran	120	–	–	20	–	**140**
SERVICES SPÉCIALISÉS						
Bravo!	–	194	–	194	–	**388**
Canal D	–	–	–	1 119	–	**1 119**
Canal Vie	–	–	–	43	–	**43**
Comedy Network	1 084	–	–	–	–	**1 084**
Discovery Channel (The)	–	–	–	2 862	–	**2 862**
Historia	–	–	–	244	–	**244**
History Television	–	–	–	2 598	–	**2 598**
Life Network (The)	–	–	–	1 446	–	**1 446**
Séries+	550	–	–	–	200	**750**
Showcase	3 610	–	–	–	46	**3 656**
Teletoon	–	–	936	–	–	**936**
TSN	–	–	–	5	–	**5**
TV5	–	20	–	135	–	**155**
Vision TV	–	–	30	1 121	–	**1 151**
Vrak TV	301	–	2 187	–	–	**2 487**
WTN	293	–	–	1 194	–	**1 486**
YTV	520	–	3 281	–	–	**3 801**
Z	–	–	–	65	–	**65**
SOUS-TOTAL	37 745	750	13 028	17 591	860	**69 974**
SECTEUR PUBLIC						
CBC réseau et stations régionales	14 328	729	316	3 105	340	**18 819**
CBC Newsworld	–	–	–	584	–	**584**
SRC réseau et stations régionales	13 102	297	1 618	1 409	100	**16 526**
RDI – le réseau de l'information	–	–	–	113	–	**113**
SOUS-TOTAL	27 431	1 026	1 934	5 211	440	**36 042**
TOTAL	**65 176**	**1 776**	**14 962**	**22 801**	**1 300**	**106 016**

* Les montants payés par les diffuseurs étant en général inclus dans les avances de distribution, ils n'apparaissent donc pas tous au tableau.

Présentation des émissions au public canadien

Entreprises de télédiffusion	Nombre de projets				Nombre d'heures en première diffusion
	En langues autochtones	En français	En anglais	Total	
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE					
TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE					
Canwest Global	–	2	9	**11**	**53,5**
CHUM	–	–	3	**3**	**4,3**
CTV – réseau/autres affiliées	1	–	21	**22**	**63,5**
Aboriginal Peoples Television Network	15	2	6	**23**	**91,5**
Indépendantes	3	–	5	**8**	**13,0**
Groupe TVA	–	7	–	**7**	**58,5**
Télévision Quatre Saisons	–	1	–	**1**	**5,0**
WIC	–	1	5	**6**	**7,5**
TÉLÉVISION ÉDUCATIVE					
Access	–	–	13	**13**	**22,5**
Canadian Learning Channel	1	–	4	**5**	**7,5**
Knowledge	–	–	27	**27**	**52,0**
SCN	2	2	40	**44**	**96,5**
Télé-Québec	–	22	1	**23**	**111,5**
TVO/TFO	1	8	9	**18**	**74,0**
TÉLÉVISION PAYANTE					
Astral Télé-Réseaux	–	3	2	**5**	**8,0**
Family Channel	–	–	2	**2**	**13,0**
Movie Network	–	–	1	**1**	**6,5**
Movie Pix	–	–	3	**3**	**10,5**
Super Channel	–	–	5	**5**	**13,6**
Super Écran	–	1	1	**2**	**7,5**
SERVICES SPÉCIALISÉS					
Bravo!	–	2	11	**13**	**15,0**
Canal D	–	9	9	**18**	**54,5**
Canal Vie	–	1	–	**1**	**2,0**
Comedy Network	–	–	2	**2**	**15,5**
Discovery Channel (The)	–	1	9	**10**	**53,0**
Historia	–	1	2	**3**	**10,0**
History Television	–	1	18	**19**	**47,5**
Life Network (The)	–	1	3	**4**	**25,5**
Séries+	–	1	1	**2**	**7,5**
Showcase	–	–	7	**7**	**49,6**
Teletoon	–	–	2	**2**	**7,0**
TSN	–	–	1	**1**	**1,0**
TV5	–	7	1	**8**	**9,5**
Vision TV	1	2	29	**32**	**61,5**
Vrak TV	–	4	1	**5**	**102,0**
WTN	–	2	14	**16**	**44,0**
YTV	–	–	6	**6**	**51,5**
Z	–	–	1	**1**	**6,5**
SOUS-TOTAL	24	81	274	**379**	**1 283,0**
SECTEUR PUBLIC					
CBC réseau et stations régionales	1	5	62	**68**	**163,7**
CBC Newsworld	–	–	12	**12**	**12,0**
SRC réseau et stations régionales	–	40	5	**45**	**188,1**
RDI – le réseau de l'information	–	3	5	**8**	**15,5**
SOUS-TOTAL	1	48	84	**133**	**379,3**
TOTAL	25	129	358	**512**	**1 662,3**

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 2000-2001, les 256 projets financés correspondent à 512 projets diffusés et les 1077,6 heures de production représentent 1662,3 heures de diffusion.

Longs métrages

Fonds de financement de longs métrages

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets*	Devis totaux** en milliers de dollars	Telefilm Canada en milliers de dollars	Répartition linguistique %
FRANÇAIS				
Production	12	35 298	9 440	
Modifications – production***	–	–	19	
SOUS-TOTAL	12	35 298	9 459	
Scénarisation et développement	34	1 513	587	
Modifications – développement***	–	–	351	
SOUS-TOTAL	34	1 513	938	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	**46**	**36 811**	**10 397**	**39,5**
ANGLAIS				
Production	22	56 244	14 281	
Modifications – production***	–	–	-59	
SOUS-TOTAL	22	56 244	14 222	
Scénarisation et développement	87	3 348	1 257	
Modifications – développement***	–	–	438	
SOUS-TOTAL	87	3 348	1 694	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	**109**	**59 593**	**15 917**	**60,5**
TOTAL	**155**	**96 403**	**26 313**	**100,0**

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.
** Comprend les devis totaux des coproductions.
*** Les modifications incluent les diminutions aux engagements des exercices précédents.

L'exercice financier 2000-2001 constituait la dernière année du Fonds de financement de longs métrages (FFLM), qui avait été créé en 1986.

Entré en vigueur le 1er avril 2001 dans la foulée de la nouvelle Politique canadienne du long métrage intitulée *Du scénario à l'écran*, le nouveau Fonds du long métrage du Canada (FLMC) prendra la relève du FFLM avec plusieurs programmes destinés à la production, au développement, à la mise en marché et à des activités complémentaires. Deux programmes de ce fonds sont entrés en vigueur en 2000-2001, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget. Nous en traitons dans le chapitre suivant.

Par ailleurs, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a eu des effets positifs sur la capacité d'investissement du Fonds de financement de longs métrages en 2000-2001, puisque ce fonds s'est vu confier une somme additionnelle de 7,1 millions de dollars pour la production et le développement.

Fonds de financement de longs métrages : un bilan positif

Au cours des 15 dernières années, le Fonds de financement de longs métrages a joué un rôle décisif sur le plan culturel et industriel en appuyant quelque 350 longs métrages, en français et en anglais, provenant de toutes les régions du pays et illustrant un large panorama des réalités et de l'imaginaire canadiens.

Parmi les cinéastes qui ont obtenu l'appui du Fonds, mentionnons, entre autres, Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Clement Virgo, Bruce McDonald, Anne Wheeler, Robert Lepage, Jeremy Podeswa, Francis Mankiewicz, Philippe Falardeau, Rodrigue Jean, Louis Bélanger, Denis Villeneuve, John Greyson, Gary Burns, John Fawcett, Rosemary House et Thom Fitzgerald.

Le Fonds a appuyé des cinéastes chevronnés et des cinéastes de la relève, des réalisateurs de films à petit budget et de coproductions internationales, qu'ils soient de Montréal, de Toronto, de Moncton, de Calgary, de Vancouver, d'Edmonton, de Halifax ou de St. John's.

En cette dernière année de son existence, le FFLM a vu ses résultats se révéler particulièrement performants. Ils illustrent de façon éclatante l'immense créativité des talents canadiens et la nécessité d'optimiser l'appui public nécessaire à leur épanouissement.

UN EXERCICE FRUCTUEUX

Résultats 2000-2001 : un record de 155 projets

Depuis trois ans, les engagements du Fonds de financement de longs métrages ne cessent d'augmenter, témoignant du dynamisme croissant de l'industrie.

1998-1999 : 21 productions, 81 projets de développement
1999-2000 : 24 productions, 102 projets de développement
2000-2001 : 34 productions, 121 projets de développement

Les 155 projets de production et de développement de l'exercice 2000-2001 représentent des devis de 96,4 millions de dollars, incluant la part étrangère (10,2 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Les devis de l'exercice précédent s'élevaient à 69,6 millions de dollars.

Mentionnons que Téléfilm Canada a appuyé l'industrie du cinéma par l'intermédiaire d'autres Fonds et programmes dont le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision, le Fonds régulier et les deux nouveaux programmes du Fonds du long métrage du Canada. Ainsi, au total, en 2000-2001, la Société s'est associée à la production de 64 longs métrages. Pour plus de renseignements, veuillez vous référer à la section des Faits saillants de l'exercice portant sur les longs métrages.

Développement et scénarisation

Un bon scénario est la meilleure garantie de qualité et de succès d'un long métrage. Aussi Téléfilm accorde-t-elle une grande importance à cette étape des projets. Cette année, la Société a alloué 2,6 millions de dollars au développement de projets, soit une augmentation de près de 20 % par rapport à l'exercice précédent.

UNE JEUNE FILLE À LA FENÊTRE
Palomar

TREED MURRAY
Treed Murray Productions

De plus, l'organisme s'est affirmé comme un partenaire de premier plan des producteurs, assumant 38 % des devis comparativement à 31 % en 1999-2000.

La répartition régionale des engagements en développement est la suivante : 39 % ont été alloués à des projets de Montréal, 28 % à des projets de Toronto, 19 % à des projets de l'Ouest, 11 % à des projets de la région atlantique et 3 % à des projets provenant d'autres villes du Québec et de l'Ontario que Montréal et Toronto. On peut donc prévoir que les écrans canadiens présenteront une production régionale équilibrée et diversifiée au cours des prochaines années.

Tous les projets de développement de l'exercice proviennent de petites et moyennes entreprises, Téléfilm consacrant aux P.M.E. seulement les sommes disponibles pour le développement de projets.

Production : le FFLM appuie un record de 34 longs métrages
Appui de Téléfilm Canada et des autres sources de financement

En raison du nombre, de la qualité et des devis des projets soumis cette année, sans oublier les sommes additionnelles allouées dans le cadre de la Politique canadienne du long métrage, la participation du FFLM à la production de longs métrages a augmenté de 60 % par rapport à l'exercice précédent, passant de 14,1 millions de dollars à 23,7 millions de dollars.

Il est intéressant de noter que l'apport additionnel de 7,1 millions de dollars accordé en cours d'exercice s'est traduit par un appui à 14 nouveaux projets issus de toutes les régions. Par ailleurs, dans l'esprit de la Politique canadienne du long métrage qui entend favoriser une augmentation des devis de production, Téléfilm a alloué des compléments de financement à dix longs métrages qui avaient déjà reçu son appui financier pour la production et qui semblaient particulièrement prometteurs. L'ensemble de ces nouvelles ressources a été engagé de façon à assurer un portefeuille de productions équilibré.

Le FFLM a toujours été un levier important des projets auxquels il participe. Cette tradition ne s'est pas démentie cette année, alors que le Fonds a assumé 29 % des devis.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'Analyse de la participation financière, plusieurs projets appuyés par le FFLM ont obtenu l'appui d'autres Fonds et programmes de Téléfilm pour un total de 2,6 millions de dollars, ce qui porte la contribution de la Société à plus de 32 % des devis des projets de l'exercice.

Répartition linguistique des projets

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998	
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS	7 560	34,8	6 464	39,5
ANGLAIS	14 152	65,2	9 921	60,5
TOTAL	21 712	100,0	16 385	100,0

SUDDENLY NAKED
Rampage Productions

La production de longs métrages de qualité, qui soient compétitifs tant sur la scène nationale qu'internationale, exige la contribution de nombreuses sources de financement. Il apparaît que les projets de l'exercice ont suscité un grand enthousiasme du côté des investisseurs publics et privés.

Parmi les signes encourageants, mentionnons une augmentation et une diversification des aides provinciales. Cette année, les producteurs canadiens ont eu accès à huit programmes de crédits d'impôt provinciaux, comparativement à trois pendant l'exercice précédent. Plusieurs gouvernements provinciaux ont également apporté leur soutien par des investissements ou d'autres contributions financières. Téléfilm Canada a été fière de s'associer à la Colombie-Britannique, à l'Alberta, au Manitoba, à la Saskatchewan, à l'Ontario, au Québec, à la Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve pour encourager et stimuler la créativité à l'échelle nationale.

La contribution financière du secteur privé a plus que doublé cette année, représentant 18 % des devis. Les Fonds d'aide privés, de même que l'apport des producteurs, des équipes et des services ont contribué à cette augmentation.

Notons aussi l'intérêt grandissant des entreprises de télédiffusion pour notre cinéma. Elles ont assumé 5,6 % des devis, comparativement à 2,7 % l'année précédente. La télévision payante représente 48 % de cette somme.

Répartition linguistique

En 2000-2001, Téléfilm a financé 12 projets de production en français et 22 projets de production en anglais. Cependant, la répartition linguistique totale des ressources (39,5 % pour les projets en français et 60,5 % pour les projets en anglais) s'est éloignée quelque peu des objectifs du Protocole d'entente avec le ministère du Patrimoine canadien, qui sont respectivement d'un tiers et de deux tiers. Toutefois, au cours des prochains exercices, Téléfilm devrait être en mesure d'atteindre l'équilibre souhaité dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada.

Les résultats de cette année s'expliquent en partie par le fait que 2000-2001 constituait en quelque sorte une année de transition. La moitié des projets qui ont obtenu un complément de financement en vertu des ressources additionnelles étaient en français. On constate que les devis des projets en français étaient particulièrement élevés cette année, soit, en moyenne, près de 3 millions de dollars. Par contre, la moyenne des devis des projets en anglais était de 2 millions de dollars, ce qui explique aussi la contribution moindre de Téléfilm.

Une analyse de la répartition linguistique du FFLM d'avril 1996 à mars 2001 démontre que la performance du Fonds a été équilibrée, puisque 36,9 % des ressources ont été allouées à la production en français et 63,1 % à la production en anglais.

Ajoutons que le FFLM a appuyé, en 2000-2001, 14 projets de longs métrages provenant des communautés linguistiques en situation minoritaire, dont 11 projets en anglais issus de Montréal et trois projets en français provenant de Toronto et du Nouveau-Brunswick. Téléfilm a alloué 2,5 millions de dollars à ces projets, assumant 30 % de leurs devis. Il s'agit de 12 projets de développement et de deux projets de production (*Lost and Delirious* de Léa Pool et *Max et la Lionne* de Rodrigue Jean ; ce dernier film est une coproduction entre des compagnies du Québec, du Manitoba et du Nouveau-Brunswick).

Répartition régionale : un record

Le budget exceptionnellement élevé du Fonds de financement de longs métrages a fait en sorte que la production de 2000-2001 donne la parole à plus de cinéastes de chacune des régions canadiennes. Alors que la moyenne de la contribution aux projets régionaux (c'est-à-dire provenant de l'extérieur de Montréal et de Toronto) s'établissait à 23 % au cours des dernières années, elle a atteint 36 % en 2000-2001.

L'ANGE DE GOUDRON
Studio Max Films

1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
7 139	34,5	5 989	35,9	10 397	39,5	**37 548**	**36,9**
13 545	65,5	10 686	64,1	15 917	60,5	**64 220**	**63,1**
20 684	100,0	16 675	100,0	26 313	100,0	**101 768**	**100,0**

Analyse de la participation financière

Production seulement – nouveaux contrats signés

	Nombre de projets*	Devis totaux	Devis**	Fonds de financement de longs métrages		FCT – Programme de participation au capital		Telefilm Canada Autres Fonds (Mini-traites et PPRP)	
		en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS	12	35 298	**35 298**	**9 440**	**26,7**	–	0,0	61	0,2
ANGLAIS	22	56 244	**46 021**	**14 281**	**31,0**	2 460	5,3	64	0,1
TOTAL	34	91 542	**81 318**	**23 721**	**29,2**	2 460	3,0	125	0,2

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.
** Ne comprend pas la part étrangère (10 223 723 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

Distributeurs

Participation financière – Production seulement

	Total	
	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS	**3 595**	**10,2**
ANGLAIS	**5 235**	**11,4**
TOTAL	**8 830**	**10,9**

Secteur privé

Participation financière – Production seulement

	Total		Producteurs/ Equipes/ Services	Fonds d'aide privés	Investisseurs privés	Commanditaires	Autres
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS	**4 942**	**14,0**	2 824	2 018	–	100	–
ANGLAIS	**9 704**	**21,1**	5 480	4 104	–	105	15
TOTAL	**14 646**	**18,0**	8 304	6 121	0	205	15

Autres sources gouvernementales

Participation financière – Production seulement

	Total		Organismes fédéraux						
			ONF	Conseil des arts du Canada	Crédit d'impôt	Crédit d'impôt de la Colombie-Britannique	Crédit d'impôt de l'Alberta	Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt du Québec
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS	**15 115**	**42,8**	–	70	1 137	–	–	136	6 834
ANGLAIS	**8 699**	**18,9**	–	120	1 564	209	73	637	564
TOTAL	**23 814**	**29,3**	0	190	2 702	209	73	773	7 398

	Distributeurs		Secteur privé		Autres sources gouvernementales		Entreprises de télédiffusion		Participants étrangers	
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
	3 595	10,2	4 942	14,0	15 115	42,8	2 145	6,1	–	0,0
	5 235	11,4	9 705	21,1	8 699	18,9	2 398	5,2	3 180	6,9
	8 830	10,9	14 646	18,0	23 814	29,3	4 543	5,6	3 180	3,9

Entreprises de télédiffusion

Participation financière – Production seulement

	Total		Entreprises de télédiffusion	Télévision payante
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS	**2 145**	**6,1**	1 495	650
ANGLAIS	**2 398**	**5,2**	881	1 517
TOTAL	**4 543**	**5,6**	2 376	2 167

Participants étrangers

Participation financière – Production seulement

	Total		Coproducteurs	Distributeurs	Télédiffuseurs	Autres
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
FRANÇAIS	**254**	**0,7**	–	–	254	0
ANGLAIS	**3 180**	**6,9**	1 300	1 550	330	0
TOTAL	**3 434**	**4,2**	1 300	1 550	584	0

							Organismes provinciaux		
Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt de la Nouvelle-Écosse	Crédit d'impôt du Nouveau-Brunswick	Crédit d'impôt de Terre-Neuve	SODEC	SDICO (OFDC)	Saskfilm	British Columbia Film	Nova Scotia Film	Autres
en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
–	–	264	–	6 210	–	–	–	–	464
745	411	232	437	850	272	115	400	150	1 919
745	411	497	437	7 060	272	115	400	150	2 383

62

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Répartition géographique des projets

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

Lieu	Nombre de projets	Devis	Participation de Téléfilm Canada	
Montréal	11	[illegible]	8 760	25,5
Toronto	[illegible]	[illegible]	6 338	37,5
SOUS-TOTAL	[illegible]	[illegible]	15 098	29,5
Colombie-Britannique	[illegible]	[illegible]	2 986	43,5
Alberta	[illegible]	[illegible]	646	15,6
Saskatchewan	[illegible]	[illegible]	225	33,1
Manitoba	[illegible]	[illegible]	1 386	50,1
Ontario (à l'exclusion de Toronto)			–	0,0
Québec (à l'exclusion de Montréal)	[illegible]	[illegible]	460	18,1
Nouveau-Brunswick	[illegible]	[illegible]	1 370	34,7
Nouvelle-Écosse	[illegible]	[illegible]	1 100	27,0
Île-du-Prince-Édouard			–	0,0
Terre-Neuve	[illegible]	[illegible]	450	8,8
SOUS-TOTAL	[illegible]	[illegible]	8 623	28,6
TOTAL	[illegible]	[illegible]	23 721	29,2

Comprend 2 projets qui ont également reçu un appui financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital
Ne comprend pas la part étrangère (de 221 [illegible]) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire

Les longs métrages qui ont été produits au cours de la dernière année représentent toutes les régions du pays. Ils racontent des histoires aussi originales que divertissantes, d'un point de vue unique au monde.

Les films canadiens explorent la vie humaine dans toute sa complexité. Des légendes urbaines incisives aux histoires pleines de tendresse sur le passage à l'âge adulte, des drames familiaux intimes aux rituels amoureux, des douleurs de l'enfance aux dures réalités de la vie des immigrants, force est de constater que les cinéastes canadiens ont une multitude de passions, d'intérêts et de préoccupations.

Plusieurs cinéastes de renom ont signé un long métrage cette année, dont Léa Pool (*Lost and Delirious*), Sturla Gunnarsson (*Rare Birds*), Anne Wheeler (*Suddenly Naked*), Louis Saia (*Les Boys III*), Gabriel Pelletier (*K2*), Roger Cantin (*La Forteresse suspendue*), Jean-Claude Lord (*Station Nord*) et Rodrigue Jean (*Max et la Lionne*). Parmi les cinéastes qui signent un premier long métrage, on retrouve Émile Gaudreault (*Nuit de noces*), Andrew Currie (*Mile Zero*), William Phillips (*Treed Murray*) et Robin Schlant (*Solitude*). Des noms à surveiller !

C'est ainsi que cinq longs métrages ont été produits dans la région atlantique alors que le FFLM n'avait appuyé aucun projet de cette région l'année précédente. Quant à la production de l'Ouest, elle est passée de quatre à dix longs métrages.

Coproductions

Trois coproductions ont été appuyées par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, dont deux coproductions minoritaires et une coproduction majoritaire. La Société y a consacré 2,6 millions de dollars, soit 29 % de la part canadienne des devis.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Créé en 1988, le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages avait pour objectif d'appuyer l'industrie de la distribution, tout en contribuant à rendre le cinéma d'ici plus accessible aux auditoires de toutes les régions du pays. Dans l'esprit de la nouvelle Politique canadienne du long métrage lancée en octobre 2000, tous les Fonds et programmes d'aide au cinéma ont été intégrés dans une vision globale et articulée, et les ressources consacrées au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages sont incluses dans le nouveau Fonds du long métrage du Canada, qui est entré en vigueur le 1er avril 2001.

L'exercice 2000-2001 constituait donc le dernier exercice d'activité du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages. Selon les principes directeurs du Fonds alors en vigueur,

Répartition géographique des projets

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

Lieu	Nombre de projets	Devis[*]	Participation de Telefilm Canada	
		en milliers de dollars	en milliers de dollars	% du devis
Montréal	11	34 306	**8 760**	**25,5**
Toronto	7	16 888	**6 338**	**37,5**
SOUS-TOTAL	18	51 193	**15 098**	**29,5**
Colombie-Britannique	4	6 861	**2 986**	**43,5**
Alberta	2	4 150	**646**	**15,6**
Saskatchewan	1	679	**225**	**33,1**
Manitoba	3	2 767	**1 386**	**50,1**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	–	–	**–**	**0,0**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	1	2 539	**460**	**18,1**
Nouveau-Brunswick	2	3 949	**1 370**	**34,7**
Nouvelle-Écosse	2	4 074	**1 100**	**27,0**
Île-du-Prince-Édouard	–	–	**–**	**0,0**
Terre-Neuve	1	5 105	**450**	**8,8**
SOUS-TOTAL	16	30 125	**8 623**	**28,6**
TOTAL	34	81 318	**23 721**	**29,2**

[*] Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital
[**] Ne comprend pas la part étrangère (10 223 723 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Les longs métrages qui ont été produits au cours de la dernière année représentent toutes les régions du pays. Ils racontent des histoires aussi originales que divertissantes, d'un point de vue unique au monde.

Les films canadiens explorent la vie humaine dans toute sa complexité. Des légendes urbaines incisives aux histoires pleines de tendresse sur le passage à l'âge adulte, des drames familiaux intimes aux rituels amoureux, des douleurs de l'enfance aux dures réalités de la vie des immigrants, force est de constater que les cinéastes canadiens ont une multitude de passions, d'intérêts et de préoccupations.

Plusieurs cinéastes de renom ont signé un long métrage cette année, dont Léa Pool (*Lost and Delirious*), Sturla Gunnarsson (*Rare Birds*), Anne Wheeler (*Suddenly Naked*), Louis Saia (*Les Boys III*), Gabriel Pelletier (*K2*), Roger Cantin (*La Forteresse suspendue*), Jean-Claude Lord (*Station Nord*) et Rodrigue Jean (*Max et la Lionne*). Parmi les cinéastes qui signent un premier long métrage, on retrouve Émile Gaudreault (*Nuit de noces*), Andrew Currie (*Mile Zero*), William Phillips (*Treed Murray*) et Robin Schlaht (*Solitude*). Des noms à surveiller !

C'est ainsi que cinq longs métrages ont été produits dans la région atlantique alors que le FFLM n'avait appuyé aucun projet de cette région l'année précédente. Quant à la production de l'Ouest, elle est passée de quatre à dix longs métrages.

Coproductions

Trois coproductions ont été appuyées par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, dont deux coproductions minoritaires et une coproduction majoritaire. La Société y a consacré 2,6 millions de dollars, soit 29 % de la part canadienne des devis.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Créé en 1988, le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages avait pour objectif d'appuyer l'industrie de la distribution, tout en contribuant à rendre le cinéma d'ici plus accessible aux auditoires de toutes les régions du pays. Dans l'esprit de la nouvelle Politique canadienne du long métrage lancée en octobre 2000, tous les Fonds et programmes d'aide au cinéma ont été intégrés dans une vision globale et articulée, et les ressources consacrées au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages sont incluses dans le nouveau Fonds du long métrage du Canada, qui est entré en vigueur le 1er avril 2001.

L'exercice 2000-2001 constituait donc le dernier exercice d'activité du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages. Selon les principes directeurs du Fonds alors en vigueur,

Téléfilm Canada a offert des marges de crédit par l'entremise de deux volets, soit le Fonds principal, qui s'adressait aux compagnies expérimentées, fortement engagées dans la diffusion de longs métrages canadiens, et le Fonds auxiliaire, qui appuyait de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens était moins élevé.

Résultats de l'exercice 2000-2001

Au cours de l'exercice, le Fonds a engagé une somme de 12,8 millions de dollars, comparativement à 11 millions de dollars pendant l'exercice précédent. Cette augmentation est liée en partie à l'augmentation de la production de longs métrages au pays, et en partie aux ressources additionnelles de 1,2 million de dollars attribuées dès 2000-2001 à la distribution et au marketing dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage.

Les débours pour les nouveaux projets ont été de 10,9 millions de dollars, soit 8,3 millions de dollars pour l'acquisition des droits de distribution de longs métrages (minimums garantis aux producteurs dans le cadre du Fonds principal et du Fonds auxiliaire) et 2,6 millions de dollars pour des activités de marketing. Par ailleurs, une somme de 1,9 million de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents.

Au total, le Fonds a appuyé les activités de 14 entreprises de distribution, comparativement à dix au cours de la dernière année. Des entreprises de Montréal et de Toronto ont eu pour la première fois accès au Fonds auxiliaire.

Le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution en salles de 42 nouveaux longs métrages, dont 33 dans le Fonds principal et neuf dans le Fonds auxiliaire.

Il a contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 19 longs métrages. La moyenne de la contribution au marketing des films a été de 138 000 $, comparativement à 125 000 $ pendant l'exercice précédent. Parmi les activités de marketing, on retrouve la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires, les frais de copies de films, le déplacement en région de cinéastes et de comédiens principaux, la création de sites Internet, des tests de marché et l'embauche d'une personne responsable des relations de presse.

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages

Compagnies bénéficiaires

	Fonds principal en milliers de dollars	Fonds auxiliaire en milliers de dollars	Total en milliers de dollars
CRÉDITS DISPONIBLES	**11 874**	**965**	**12 840**
UTILISATION DES CRÉDITS			
Alliance Releasing/Odeon Films	3 493	–	3 493
Aska Film Distribution	–	75	75
Blackwatch Distribution	–	375	375
Christal Films Distribution	2 388	–	2 388
Compagnie France Film	926	–	926
Distribution La Fête	–	75	75
Film Tonic	1 100	7	1 107
Films Seville	2 143	–	2 143
FunFilm Distribution	–	113	113
Mongrel Media	–	45	45
Red Sky Entertainment	346	180	526
Remstar Distribution	707	–	707
TVA International Distribution	771	–	771
Société de distribution Cinéma Libre	–	90	90
TOTAL	**11 874**	**960**	**12 834**

CAP RANDOM
Cité Amérique, Passage Films
Coproduction avec l'Irlande

NOUVEAU FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA

Programmes en vigueur en 2000-2001

En octobre 2000, la nouvelle Politique canadienne du long métrage permettait la mise en œuvre immédiate de deux programmes du Fonds du long métrage du Canada : le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Après consultation avec les associations concernées par ces programmes, avec d'autres organismes investisseurs et avec ses nouvelles clientèles, Téléfilm Canada lançait les principes directeurs de ces deux programmes en novembre 2000. Ces programmes répondaient à un grand besoin, puisque la Société a reçu 242 demandes d'appui provenant de scénaristes et 70 demandes provenant de cinéastes.

Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget

Ce programme offre aux réalisateurs indépendants la possibilité de créer des longs métrages en exerçant un contrôle total des aspects créatifs et du montage de leurs œuvres. Il comporte deux composantes : l'aide à la production et l'aide à la postproduction. La Société appuie des projets dont le devis se situe entre 300 000 $ et 750 000 $. Sa contribution maximale peut s'élever à 65 % des devis, jusqu'à concurrence de 200 000 $ par projet.

La demande a été particulièrement forte en anglais en raison du degré d'achèvement des projets à la date de dépôt, en janvier 2001. Par ses investissements, Téléfilm a cherché à atteindre une juste représentation régionale. En effet, quatre projets du Québec (dont deux en anglais), quatre projets de l'Ontario, deux projets de la région de l'Ouest et un projet de la région atlantique ont été acceptés. La production en français n'a pas obtenu le tiers des ressources disponibles, mais la Société veillera à rétablir l'équilibre au cours du prochain exercice.

Les principales sources de financement des projets de l'exercice sont Téléfilm (32,7 % des devis) ; le secteur privé, 31,1 % (producteurs, équipes, services) ; les provinces, 19,6 % (crédits d'impôt et investissements) et les diffuseurs, (7,6 %).

Le budget annuel de ce programme est de 1,7 million de dollars. En raison des échéanciers de production, une partie des engagements de l'exercice sera déboursée au cours du prochain exercice.

Programme d'aide à l'écriture de scénarios

Ce programme destiné aux scénaristes professionnels a été développé en collaboration étroite avec la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et la Writers Guild of Canada (WGC). Son objectif est de faciliter la création d'une banque de scénarios prometteurs. Téléfilm entend encourager les talents confirmés à poursuivre leur carrière au cinéma, tout en facilitant l'émergence d'une nouvelle génération de conteurs. Ce programme devrait aussi assurer la création de projets plus diversifiés que jamais.

Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget

Engagements signés 2000-2001

	Nombre de projets	Devis totaux	Téléfilm Canada	Répartition linguistique
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS				
Production	2	1 223	369	
Post-production	–	–	–	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	**2**	**1 223**	**369**	**19,1**
ANGLAIS				
Production	5	3 023	929	
Post-production	4	1 661	633	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	**9**	**4 684**	**1 562**	**80,9**
TOTAL	**11**	**5 907**	**1 931**	**100,0**

Le Programme d'aide à l'écriture de scénarios appuie deux étapes de la scénarisation des projets, soit la phase du scène à scène et la première version dialoguée. La Société a accepté 52 projets, dont 35 en anglais et 17 en français. La répartition régionale était la suivante : Québec, 41,2 % ; Ontario, 34,3 % ; région de l'Ouest, 17,5 % ; région atlantique, 7 %. La contribution maximale de Téléfilm est de 10 500 $ pour la phase du scène à scène et de 14 700 $ pour la phase de la première version dialoguée.

En 2000-2001, le budget de ce programme était de 400 000 $. En raison des calendriers de scénarisation, une partie des sommes liées aux engagements de l'exercice sera déboursée au cours du prochain exercice. Le budget du Programme d'aide à l'écriture de scénarios est de 2,3 millions de dollars à compter de 2001-2002.

Tout sur le nouveau Fonds du long métrage du Canada

Pour connaître les nouvelles politiques concernant la production, le développement, la distribution et la mise en marché des longs métrages canadiens, veuillez consulter notre site Internet, section Fonds du long métrage du Canada, sous *Financement* (www.telefilm.gc.ca).

MAX ET LA LIONNE
Buffalo Gal Pictures
Films de l'Isle Inc.

Programme d'aide à l'écriture de scénario

Engagements signés 2000-2001

	Nombre de projets	Devis totaux	Téléfilm Canada	Répartition linguistique
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS				
Du synopsis au scène à scène	3	47	47	
Du scène à scène à la première version dialoguée	14	159	159	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	**17**	**206**	**206**	**31,4**
ANGLAIS				
Du synopsis au scène à scène	9	150	150	
Du scène à scène à la première version dialoguée	26	299	299	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	**35**	**449**	**449**	**68,6**
TOTAL	**52**	**655**	**655**	**100,0**

Nouveaux

médias

Fonds pour le multimédia

Répartition des projets par composante – incluant les modifications aux projets des années précédentes

	Nombre de projets	Devis	Participation de Telefilm Canada	
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	% des devis
DÉVELOPPEMENT				
Français	8	1 061	490	46,2
Anglais	28	4 712	1 676	35,6
SOUS-TOTAL – DÉVELOPPEMENT	**36**	**5 772**	**2 166**	**37,5**
PRODUCTION				
Français	6	2 697	778	28,8
Anglais	10	3 050	743	24,4
SOUS-TOTAL – PRODUCTION	**16**	**5 747**	**1 520**	**26,5**
MARKETING				
Français	5	753	327	43,4
Anglais	4	722	293	40,5
SOUS-TOTAL – MARKETING	**9**	**1 475**	**619**	**42,0**
DISTRIBUTION				
Français	0	0	0	0,0
Anglais	1	1 073	450	42,0
SOUS-TOTAL DISTRIBUTION	**1**	**1 073**	**450**	**42,0**
DÉVELOPPEMENT – SECTORIEL				
Français	1	900	300	33,3
Anglais	2	75	75	100,0
SOUS-TOTAL – DÉVELOPPEMENT SECTORIEL	**3**	**975**	**375**	**38,5**
TOTAL	**65**	**15 042**	**5 130**	**34,1**

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

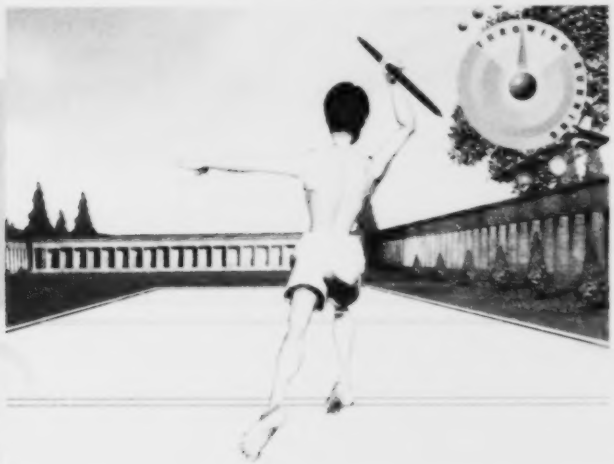
20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Fonds pour le multimédia

Prenant la relève d'un programme expérimental mis en œuvre dès 1996, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada a été créé en 1998 pour favoriser l'essor du contenu canadien dans le secteur des nouveaux médias en appuyant des activités de développement, de production et de mise en marché. Ce fonds a été doté d'un budget initial de 30 millions de dollars pour une période de cinq ans. En 2000-2001, son budget était de 5,3 millions de dollars.

Par ailleurs, grâce à la nouvelle composante multimédia de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé du ministère du Patrimoine canadien, le Fonds a disposé d'une somme additionnelle de 1,4 million de dollars à la fin de l'exercice 2000-2001. Cette somme était destinée à la distribution en ligne et au développement sectoriel de l'industrie des nouveaux médias. Elle sera récurrente pour une période d'au moins trois ans.

En 2000-2001, le Fonds pour le multimédia a donc permis à Téléfilm d'appuyer l'industrie plus largement que jamais, de la création de produits au développement professionnel et au rayonnement des compagnies canadiennes. Au total, le Fonds pour le multimédia a participé à 65 projets dont les devis s'élevaient à 15 millions de dollars, soit approximativement les mêmes résultats qu'en 1999-2000.



La Société a alloué 42 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 30 % à des projets de production, 12 % à des projets de marketing, 9 % à des projets de distribution et 7 % à des initiatives de développement sectoriel.

Parallèlement, une évaluation du Fonds commandée à la firme Ernst & Young à l'automne 2000 et remise en février 2001 a démontré qu'il était important de changer le mode de financement accordé par l'intermédiaire du Fonds, soit les prêts remboursables à 100 %.

La Société a entrepris une révision des principes directeurs du Fonds, de concert avec le ministère du Patrimoine canadien, le comité consultatif du Fonds et ses clients de l'industrie du multimédia. Cette révision a tenu compte des résultats du Fonds depuis sa création, ainsi que de l'évolution de l'industrie et de l'environnement dans lequel elle se développe. Les nouveaux principes directeurs devraient permettre à l'industrie de bénéficier de plusieurs dates de dépôt des projets et faciliter le financement des projets par des outils financiers plus compatibles avec un secteur à risque.

Au cours de l'exercice 2001-2002, Téléfilm bénéficiera de sommes additionnelles pour la création de contenu multimédia par l'entremise de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé. Ces ressources seront administrées en concordance avec les nouveaux principes directeurs du Fonds pour le multimédia concernant la production et le développement.

Résultats de l'exercice 2000-2001

Développement, production et mise en marché

Dans le cadre de ses volets d'aide au développement, à la production et à la mise en marché, Téléfilm Canada a accordé son appui à des œuvres originales, diversifiées, interactives et destinées au grand public. Les produits de l'exercice comprennent des documentaires, des documents de référence, des œuvres éducatives et ludo-éducatives, des jeux d'action et de stratégie et des sites Internet.

Plusieurs projets présentent un fort contenu canadien, dont *Wow Canada*, *La Nouvelle-France*, *Canada: Confederation to the Present*, *Electric Living in Canada*, *Le Canada, destination d'aventure* et *Izzigo*, un site Internet sur la célèbre série de films pour enfants *Contes pour tous* du producteur Rock Demers.

La Société a appuyé 61 projets par l'entremise de ces trois volets, y consacrant 4,3 millions de dollars, comparativement à 5,9 millions de dollars en 1999-2000. Ces résultats s'expliquent par une diminution des devis de production de 42 % et donc par une baisse des demandes financières à Téléfilm. À cela s'ajoute une nette diminution du nombre de projets de marketing, qui est passé de 15 à neuf.

Il faut souligner que le multimédia est un secteur à haut risque, qui fonctionne dans un contexte très concurrentiel. Ces facteurs ont été aggravés, au cours de l'exercice, par la sous-capitalisation chronique des P.M.E. de cette jeune industrie, par un taux d'endettement lié en partie aux outils financiers disponibles, c'est-à-dire les prêts remboursables, et par un climat généralisé d'incertitude et de changement, dont la baisse de popularité des cédéroms et la chute des marchés boursiers des nouveaux médias.

LE JUNIOR DU SPORT

MIA – LE MYSTÈRE DU CHAPEAU PERDU

Fonds pour le multimédia

Prenant la relève d'un programme expérimental mis en œuvre dès 1996, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada a été créé en 1998 pour favoriser l'essor du contenu canadien dans le secteur des nouveaux médias en appuyant des activités de développement, de production et de mise en marché. Ce fonds a été doté d'un budget initial de 30 millions de dollars pour une période de cinq ans. En 2000-2001, son budget était de 5,3 millions de dollars.

Par ailleurs, grâce à la nouvelle composante multimédia de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé du ministère du Patrimoine canadien, le Fonds a disposé d'une somme additionnelle de 1,4 million de dollars à la fin de l'exercice 2000-2001. Cette somme était destinée à la distribution en ligne et au développement sectoriel de l'industrie des nouveaux médias. Elle sera récurrente pour une période d'au moins trois ans.

En 2000-2001, le Fonds pour le multimédia a donc permis à Téléfilm d'appuyer l'industrie plus largement que jamais, de la création de produits au développement professionnel et au rayonnement des compagnies canadiennes. Au total, le Fonds pour le multimédia a participé à 63 projets dont les devis s'élevaient à 15 millions de dollars, soit approximativement les mêmes résultats qu'en 1999-2000.

La Société a alloué 42 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 30 % à des projets de production, 12 % à des projets de marketing, 9 % à des projets de distribution et 7 % à des initiatives de développement sectoriel.

Parallèlement, une évaluation du Fonds commandée à la firme Ernst & Young à l'automne 2000 et remise en février 2001 a démontré qu'il était important de changer le mode de financement accordé par l'intermédiaire du Fonds, soit les prêts remboursables à 100 %.

La Société a entrepris une révision des principes directeurs du Fonds, de concert avec le ministère du Patrimoine canadien, le comité consultatif du Fonds et ses clients de l'industrie du multimédia. Cette révision a tenu compte des résultats du Fonds depuis sa création, ainsi que de l'évolution de l'industrie et de l'environnement dans lequel elle se développe. Les nouveaux principes directeurs devraient permettre à l'industrie de bénéficier de plusieurs dates de dépôt des projets et faciliter le financement des projets par des outils financiers plus compatibles avec un secteur à risque.

Au cours de l'exercice 2001-2002, Téléfilm bénéficiera de sommes additionnelles pour la création de contenu multimédia par l'entremise de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé. Ces ressources seront administrées en concordance avec les nouveaux principes directeurs du Fonds pour le multimédia concernant la production et le développement.

Résultats de l'exercice 2000-2001

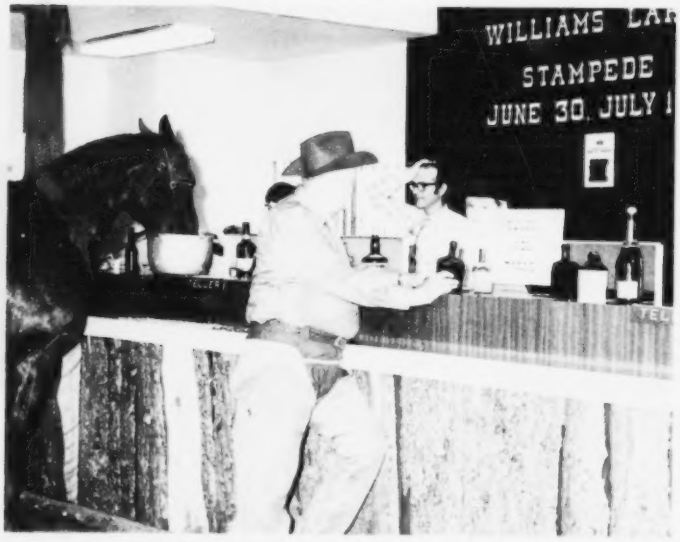
Développement, production et mise en marché

Dans le cadre de ses volets d'aide au développement, à la production et à la mise en marché, Téléfilm Canada a accordé son appui à des œuvres originales, diversifiées, interactives et destinées au grand public. Les produits de l'exercice comprennent des documentaires, des documents de référence, des œuvres éducatives et édu-éducatives, des jeux d'action et de stratégie et des sites Internet.

Plusieurs projets présentent un fort contenu canadien dont *Wow Canada!*, *La Nouvelle-France*, *Canada: Confederation to the Present*, *Electric Living in Canada*, *Le Canada, destination d'aventure* et *Izzie*, un site Internet sur la célèbre série de films pour enfants *Contes pour tous* du producteur Rock Demers.

La Société a appuyé 61 projets par l'entremise de ces trois volets, y consacrant 4,3 millions de dollars, comparativement à 5,9 millions de dollars en 1999-2000. Ces résultats s'expliquent par une diminution des devis de production de 42 % et donc par une baisse des demandes financières à Téléfilm. À cela s'ajoute une nette diminution du nombre de projets de marketing, qui est passé de 15 à neuf.

Il faut souligner que le multimédia est un secteur à haut risque, qui fonctionne dans un contexte très concurrentiel. Ces facteurs ont été aggravés, au cours de l'exercice, par la sous-capitalisation chronique des P.M.E. de cette jeune industrie, par un taux d'endettement lié en partie aux outils financiers disponibles, c'est-à-dire les prêts remboursables, et par un climat généralisé d'incertitude et de changement, dont la baisse de popularité des cédéroms et la chute des marchés boursiers des nouveaux médias.



Tout cela implique que l'industrie, tout en restant très active, ait fait preuve de prudence au cours de l'exercice.

Mentionnons cependant que la contribution de la Société aux projets de développement a augmenté, parallèlement au nombre de projets en développement. Une amélioration des outils financiers offerts à l'industrie devrait faire en sorte que plus de projets multimédias entreront en production au cours des prochaines années, ce qui devrait également se traduire par un plus grand recours aux ressources destinées au marketing des produits.

Par ailleurs, au cours de l'exercice, 63 % des ressources ont été consacrées à des projets en anglais et 37 % à des projets en français. Montréal et Vancouver continuent de s'imposer comme les principaux centres de multimédia au pays, et des projets issus d'Ottawa, de Rouyn-Noranda, de Providence Bay, de Régina, de Québec, d'Edmonton, de Burnaby et de Halifax confirment l'intérêt national envers les nouveaux médias.

Ajoutons que le Fonds contribue au financement de projets issus de communautés en situation linguistique minoritaire. Ainsi, 375 000 $ ont été alloués à quatre projets de développement et de marketing de projets en anglais provenant de compagnies de Montréal.

L'analyse de la structure financière des 16 projets de production démontre que l'appui du Fonds représente 26 % des devis : le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 41,1 % ; les Fonds d'aide privés, 13,9 % ; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 13,8 % ; les organismes fédéraux et provinciaux, 2,7 % ; et les participants étrangers, 2,5 %. Ainsi, un des projets de l'exercice, *Tread Marks PS2*, a bénéficié de l'apport d'une société britannique sur le plan de la programmation.

Distribution en ligne

En ce qui concerne la distribution en ligne, les nouvelles ressources avaient pour objectif de soutenir des partenariats et des initiatives conjointes comme des portails, la commercialisation d'un ensemble de contenu culturel multimédia par une entreprise ou un consortium, de même que la participation à des marchés canadiens et internationaux.

Répartition géographique des projets

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement du développement, de la production, du marketing, de la distribution et du développement sectoriel (incluant les modifications aux projets des années précédentes) de projets dans le cadre du Fonds multimédia

Lieu	Nombre de projets	Budget total		Participation de Telefilm Canada
Montréal	22	6 265	**2 168**	**34,6**
Toronto	12	1 883	**689**	**36,6**
SOUS-TOTAL	34	8 148	**2 857**	**35,1**
Colombie-Britannique	14	3 605	**1 337**	**37,1**
Alberta	4	612	**273**	**44,6**
Saskatchewan	1	183	**75**	**40,9**
Manitoba	1	20	**10**	**50,0**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	4	1 373	**305**	**22,2**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	2	202	**101**	**50,0**
Nouveau-Brunswick	–	–	**0**	**0,0**
Nouvelle-Ecosse	5	698	**172**	**19,1**
Île-du-Prince-Edouard	–	–	**0**	**0,0**
Terre-Neuve	–	–	**0**	**0,0**
SOUS-TOTAL	31	6 893	**2 273**	**33,0**
TOTAL	65	15 042	**5 130**	**34,1**

Le Fonds a ainsi appuyé la production d'un important projet destiné aux enfants, en français et en anglais, une initiative innovatrice d'une compagnie de Vancouver (Ingenuity Works Inc.) et d'une compagnie de Montréal (Micro-Intel). *Learning Window* rendra disponible sur Internet, donc à une large échelle, les catalogues de ces deux sociétés. Le projet est originaire de Vancouver, d'où le fait qu'il soit considéré comme un projet en anglais dans ce rapport annuel.

Développement sectoriel

Du côté du développement sectoriel, les objectifs étaient d'appuyer les initiatives favorisant le développement industriel et professionnel de l'industrie du multimédia, ainsi que sa promotion auprès du public canadien. Dans le cadre de ce volet, le Fonds a soutenu un programme de mentorat en multimédia du Banff New Media Institute, un programme de formation en multimédia de l'Institut national de l'image et du son (INIS) de Montréal et un projet de développement structurel du Baddeck International New Media Festival, à l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse.

Il faut noter que les nouvelles ressources destinées à la distribution en ligne et au développement sectoriel n'ont pu être entièrement allouées cette année, ayant été disponibles en fin d'exercice seulement. Cependant, tout porte à croire que la demande dans ces deux volets sera importante en 2001-2002.

Cap sur le développement international

Tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien à la signature du protocole d'entente du Fonds pour le multimédia en 1998, Téléfilm Canada a injecté, en 2000-2001, une somme additionnelle de 250 000 $ pour appuyer diverses activités internationales de l'industrie.

Depuis quelques années, Téléfilm Canada soutient activement le développement international des entreprises canadiennes du multimédia au MILIA à Cannes, au E^3 à Los Angeles et au MIM à Montréal. En septembre 2001, un quatrième marché s'ajoutait, soit l'Electronic Consumer Trade Show (ECTS) à Londres, un marché particulièrement axé sur les jeux.

Tout en y assurant la promotion de l'industrie et des produits canadiens, Téléfilm agit comme expert conseil en matière internationale auprès des compagnies qui partagent son stand-ombrelle dans certains de ces marchés. Elle a ainsi accueilli, au cours de la dernière année, une trentaine de P.M.E. de toutes les régions du pays.

Mentionnons que Téléfilm Canada favorise de plus en plus le partage de l'expertise internationale en matière de multimédia. C'est ainsi qu'elle a financé une série de conférences sur le jeu en ligne et le cinéma numérique au MIM à l'automne 2000. De plus, une délégation d'Équipe Canada a partagé le stand-ombrelle de la Société au MILIA 2001, à Cannes. Équipe Canada était composée de représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international dans huit pays européens. Cette expérience a facilité les activités de maillage et de réseautage avec plusieurs pays.

La Société a ainsi établi les bases d'un partenariat durable qui devrait s'étendre à d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux au cours des prochaines années et se révéler fructueux pour l'industrie. Il est important que l'industrie canadienne des nouveaux médias établisse une meilleure tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux, comme c'est le cas pour les industries du film et de la télévision.

Autres appuis à l'industrie

Téléfilm Canada favorise l'essor de l'industrie des nouveaux médias par d'autres Fonds et programmes comme le Fonds de développement industriel et professionnel et le programme Le Canada à l'affiche.

Ainsi, la Société participe chaque année au festival de Baddeck, où elle offre l'un des prix les plus importants du secteur des nouveaux médias, accompagné d'une bourse de 5 000 $. Ce prix est attribué à un produit multimédia original et divertissant, créé par une compagnie comptant 250 employés ou moins. En 2001, le prix Téléfilm Canada a été décerné à Gillian Jackson de Decode Entertainment Inc. (Toronto) pour *Angela Anaconda On-Line*.

De plus, la Société soutient des initiatives de formation, de recherche, de promotion et de publication des professionnels du multimédia et cela, partout au pays. Plusieurs magazines et guides (provinciaux et nationaux) de l'industrie ont notamment été publiés, contribuant à mieux faire connaître les ressources et les réalisations dans ce domaine d'activité.

METRO
IMPIX Media Inc

États financiers

Rapport de la direction

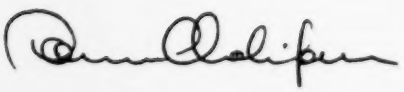
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun ; que les actifs sont protégés et contrôlés ; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, et à la *Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant ; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et, peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre désigné du Patrimoine Canadien.

Le directeur général
François Macerola



Le directeur – finances et administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
Le 15 juin 2001

Rapport du vérificateur

Au ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2001 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2001 ainsi que des résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada

Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 15 juin 2001

Bilan

Au 31 mars 2001

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
ACTIF		
ACTIF À COURT TERME		
À recevoir du Canada (note 3)	**37 308**	31 454
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	**4 490**	–
Prêts (note 4)	**1 601**	1 348
Débiteurs	**12 930**	4 090
Frais payés d'avance	**866**	540
	57 195	37 432
DÉBITEURS	**2 049**	–
PRÊTS (note 4)	**2 062**	4 399
INVESTISSEMENTS	**109**	109
IMMOBILISATIONS (note 5)	**4 322**	2 113
	65 737	44 053

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :

Jeanine C. Beaubien
Présidente

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
PASSIF ET AVOIR DU CANADA		
PASSIF À COURT TERME		
Créditeurs et frais courus	**22 664**	7 339
PASSIF À LONG TERME		
Provision pour avantages sociaux futurs	**518**	440
Avantages incitatifs reportés sur bail	**1 069**	879
Aide en capital reportée (note 6)	**4 322**	2 113
Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	**498**	996
	6 407	4 428
AVOIR DU CANADA	**36 666**	32 286
ENGAGEMENTS (note 12)		
ÉVENTUALITÉS (note 14)		
	65 737	44 053

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :

François Macerola
Directeur général

État des résultats et de l'avoir du Canada

Exercice terminé le 31 mars 2001

	Investissements	Récupération sur investissements	2001 Montant net	2000 Montant net
			(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)
DÉPENSES DE SUPPORT				
PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT				
Fonds canadien de télévision (note 10)	97 121	(13 778)	83 343	84 239
Fonds de financement de longs métrages	23 272	(2 297)	20 975	14 472
Multimédia	7 246	(200)	7 046	5 421
Programme de partage des revenus de production	1 308	(618)	690	1 226
Coproductions officielles	1 400	(413)	987	849
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	39	(1 118)	(1 079)	(773)
Autres	447	(78)	369	322
	130 833	(18 502)	112 331	105 756
DISTRIBUTION ET MARKETING				
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	12 209	(4 597)	7 612	3 670
Marketing national et international	1 557	(105)	1 452	1 073
	13 766	(4 702)	9 064	4 743
DOUBLAGE ET SOUS-TITRAGE	1 255	(1 116)	139	871
ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES				
Développement préprofessionnel	2 470	–	2 470	2 285
Développement industriel et professionnel	2 337	–	2 337	1 957
Subventions aux festivals canadiens	2 259	–	2 259	1 908
Participation aux marchés étrangers	1 018	–	1 018	842
Publicité, promotion et publications	540	–	540	547
Participation aux festivals étrangers	512	–	512	485
Autres	161	–	161	170
	9 297	–	9 297	8 194
	155 151	(24 320)	130 831	119 564
DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT (note 11)			16 773	17 436
COÛT DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE			147 604	137 000
REVENUS				
Intérêts sur prêts			(36)	(26)
Autres intérêts			(1 227)	(326)
Frais de gestion			(5)	(9)
Autre contribution (note 9)			(2 850)	(1 000)
			(4 118)	(1 361)
COÛT NET DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE AVANT FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL			143 486	135 639
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL				
Crédit parlementaire pour l'exploitation			90 015	77 605
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8)			57 350	58 099
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 6)			501	998
			147 866	136 702
BÉNÉFICE NET D'EXPLOITATION			4 380	1 063
AVOIR DU CANADA AU DÉBUT			32 286	31 223
AVOIR DU CANADA À LA FIN			36 666	32 286

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2001

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice net d'exploitation	**4 380**	1 063
Ajustements pour		
Augmentation des débiteurs à long terme	**(2 049)**	–
Augmentation de la provision pour prêts douteux	**4 534**	3 756
Amortissement des immobilisations	**438**	446
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	**63**	541
Augmentation (diminution) de la provision pour avantages sociaux futurs	**78**	(333)
Augmentation des avantages incitatifs reportés sur bail	**190**	796
Amortissement de l'aide en capital reportée	**(501)**	(998)
Augmentation (diminution) de l'obligation découlant d'un contrat de location-exploitation	**(498)**	996
	6 635	6 267
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Diminution (augmentation) des débiteurs	**(8 840)**	1 152
Augmentation des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	**(4 490)**	–
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	**(326)**	141
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	**15 325**	(806)
	8 304	6 754
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Crédit parlementaire – aide en capital	**2 710**	1 285
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Prêts	**(3 956)**	(4 649)
Encaissements de prêts	**1 506**	1 561
Acquisition d'immobilisations	**(2 710)**	(1 295)
Produit sur l'aliénation d'immobilisations	**–**	11
	(5 160)	(4 372)
AUGMENTATION DES LIQUIDITÉS	**5 854**	3 677
À RECEVOIR DU CANADA AU DÉBUT (note 3)	**31 454**	27 777
À RECEVOIR DU CANADA À LA FIN (note 3)	**37 308**	31 454

Voir les notes afférentes aux états financiers.

1. Statut et activités

La Société a été constituée en 1967 par la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est vue confier la gestion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi le 1er juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de la radiotélédiffusion ainsi que la gestion de nouveaux programmes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, la ministre du Patrimoine canadien a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds de production des câblodistributeurs. Deux programmes d'aide financière composent le FCT : le programme de participation au capital et le programme de droits de diffusion. La Société s'est vue confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds pour le multimédia.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la *Loi sur la gestion des finances publiques* selon les dispositions de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

2. Principales conventions comptables

a) Sources de financement de la Société

La Société obtient des fonds principalement du gouvernement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisition d'immobilisations est comptabilisée comme aide en capital reportée au bilan, et est amortie selon la même base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte. L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

b) Liquidité et montant à recevoir du Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à recevoir du Canada est composé des recettes cumulatives non utilisées et des déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant.

c) Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts.
Les investissements sont comptabilisés comme suit :

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.
- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation, autres que ceux assortis d'une obligation de remboursement préétablie, ainsi que les investissements ne prévoyant pas de récupération sont imputés aux résultats à titre de dépenses de support. Ces dépenses sont comptabilisées dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou exigibles.
- Les récupérations sur investissements autres que ceux reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui excède le montant de l'investissement est comptabilisée comme revenu.

d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions canadiennes, de longs métrages et de nouveaux médias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour pertes. La provision pour pertes est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.

Un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt.

La provision pour pertes comprend des provisions spécifiques et une provision générale.

Les provisions spécifiques sont constituées pour chaque prêt douteux. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur. La valeur comptable du prêt douteux est ramenée à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

La provision générale représente la meilleure estimation de la moins-value probable imputable à la détérioration de la qualité du crédit du reste du portefeuille de prêts pour laquelle il n'est pas encore possible d'établir des provisions spécifiques. Le montant de la provision générale est estimé en se fondant sur les pertes passées ainsi que sur l'appréciation par la direction des tendances quant à la qualité du crédit du portefeuille de prêts.

e) Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sauf pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

f) Autres revenus d'intérêts

Les autres revenus d'intérêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et représentent les montants chargés sur les sommes dues à la Société, autres que les prêts, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant.

g) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants :

Élément d'actif	Méthode	Taux
Installations informatiques	Dégressif	20 %
Logiciels	Linéaire	5 ans
Mobilier et équipement	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	Durée des baux

Les sommes relatives aux travaux en cours sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations lorsque le projet est achevé et elles sont alors amorties conformément à la politique de la Société.

n) Avantages sociaux futurs

La Société est tenue de constater certains avantages postérieurs à l'emploi non liés à la retraite au cours des exercices où les employés rendent des services à la Société. À la cessation de l'emploi, les employés ont droit à des prestations déterminées conformément aux conditions d'emploi. Ces prestations sont versées dans le cadre du régime d'indemnités de départ. La Société constate le coût des avantages futurs au titre des indemnités de départ pour les exercices au cours desquels les employés rendent des services à l'entité, et le passif de ces avantages est comptabilisé dans les comptes comme prestations constituées.

o) Régime de retraite

Les employés participent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Jusqu'au 31 mars 2000, les cotisations de la Société au Régime étaient limitées à un montant égal aux cotisations des employés pour les services rendus par ceux-ci au cours de l'exercice. Depuis le 1er avril 2000, les cotisations de la Société ont augmenté d'un montant qui reflète le coût total des cotisations de l'employeur. Ce montant, exprimé en pourcentage des cotisations des employés, fluctuera d'un exercice à l'autre selon les résultats réels du Régime. Les cotisations de la Société représentent ses obligations totales découlant du régime de retraite et elles sont imputées aux opérations de l'exercice. La Société n'est pas tenue de verser des cotisations ayant trait aux insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique. La charge de retraite de l'exercice de la Société est 878 718 $ (486 298 $ en 2000).

p) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les avantages sociaux futurs et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

3. À recevoir du Canada

Le solde à recevoir du Canada comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

	2001	2000
	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)
Recettes cumulatives non utilisées	**15 550**	25 019
Déboursés effectués après la fin d'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant	**21 758**	6 435
	37 308	31 454

4. Prêts et provision pour pertes

Les prêts d'une valeur comptable de 10 117 350 $ (8 394 852 $ en 2000) octroyés à titre d'aide à la production et à la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt-quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

			2001	2000
	Montant	Provision pour pertes	Montant net	Montant net
	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)
Prêts	**5 584**	**(1 921)**	**3 663**	5 747
Prêts douteux	**6 774**	**(6 774)**	**–**	–
	12 358	**(8 695)**	**3 663**	5 747
Moins portion à court terme	**5 631**	**(4 030)**	**1 601**	1 348
Portion à long terme	**6 727**	**(4 665)**	**2 062**	4 399

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2001	2000
	En milliers de dollars	En milliers de dollars
Solde au début	**4 161**	525
Radiations	**–**	(120)
Recouvrements	**(7)**	(272)
Provision	**4 541**	4 028
SOLDE À LA FIN	**8 695**	4 161

5. Immobilisations

	Prix coûtant	Amortissement cumulé	2001 Valeur nette	2000 Valeur nette
			En milliers de dollars	En milliers de dollars
Améliorations locatives	**1 474**	**606**	**868**	873
Logiciels	**4 185**	**3 090**	**1 095**	333
Installations informatiques	**1 582**	**1 190**	**392**	508
Mobilier et équipement	**1 098**	**959**	**139**	59
Travaux en cours	**1 828**	**–**	**1 828**	340
	10 167	**5 845**	**4 322**	2 113

Les travaux en cours de 1 828 000 $ (340 000 $ en 2000) correspondent au développement de logiciels et au remplacement de l'infrastructure informatique.

6. Aide en capital reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2001	2000
	En milliers de dollars	En milliers de dollars
Solde au début	**2 113**	1 816
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	**2 710**	1 295
Amortissement de l'aide en capital reportée	**(501)**	(998)
SOLDE À LA FIN	**4 322**	2 113

7. Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation

Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2000, la Société a cessé d'utiliser un bien pour lequel elle avait signé un bail à long terme. Le loyer net futur lié au bail a été constaté à la dépense au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2000 et le passif a été inscrit au bilan.

8. Contributions du ministère du Patrimoine canadien

Les contributions reçues du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

	2001	2000
	En milliers de dollars	En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	**49 775**	49 775
Multimédia	**4 975**	5 750
Développement préprofessionnel	**2 600**	2 400
Autre	**–**	174
	57 350	58 099

9. Autre contribution

La Société a reçu une contribution de 2 850 000 $ (1 000 000 $ en 2000) du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes en langues autochtones et d'émissions dramatiques.

10. Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

	Société	Ministère	2001 Total	2000 Total
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
INVESTISSEMENTS				
Émissions canadiennes	**46 557**	**44 214**	**90 771**	87 117
Longs métrages	**–**	**6 350**	**6 350**	8 646
	46 557	**50 564**	**97 121**	95 763
RÉCUPÉRATION SUR INVESTISSEMENTS	**(10 342)**	**(3 436)**	**(13 778)**	(11 524)
	36 215	**47 128**	**83 343**	84 239

11. Dépenses de fonctionnement

	2001	2000
	En milliers de dollars	En milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	**9 649**	8 490
Honoraires professionnels	**1 877**	1 428
Location, taxes, chauffage et électricité	**1 465**	1 623
Frais de bureau	**1 460**	1 171
Voyages	**881**	695
Amortissement	**438**	446
Télécommunications	**213**	201
Publicité et publications	**160**	206
Frais de représentation	**99**	80
Frais de relocalisation	**68**	231
Perte sur disposition d'immobilisations	**63**	541
SOUS-TOTAL	**16 373**	15 112
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	**400**	366
Perte découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	**–**	1 958
TOTAL	**16 773**	17 436

12. Engagements

a) Projets

Au 31 mars 2001, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

	Société	Ministère	Total
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision			
– Programme de participation au capital	**14 234**	**9 926**	**24 160**
Autres programmes	**13 226**	**2 314**	**15 540**
	27 460	**12 240**	**39 700**

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des déboursés de 2 022 065 $. En vertu du programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 2001 des fonds totalisant 1 490 036 $ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

	Total (en milliers de dollars)
2002	**2 734**
2003	**2 433**
2004	**898**
2005	**705**
2006	**589**
2007-2015	**5 106**
	12 465

13. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange.

14. Éventualités

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 $. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2001 totalisent 920 196 $ (2000 – 1 452 379 $). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes ; par conséquent, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société. Si jamais de telles dépenses étaient engagées, elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

15. Juste valeur comptable des actifs et passifs financiers

La valeur comptable des investissements, des débiteurs et des créditeurs et frais courus correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relativement brèves.

Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclus :

	2001		2000	
	Valeur comptable (en milliers de dollars)	Juste valeur (en milliers de dollars)	Valeur comptable (en milliers de dollars)	Juste valeur (en milliers de dollars)
Prêts à court terme	**1 601**	**1 572**	1 348	1 236
Prêts à long terme	**2 062**	**1 796**	4 399	3 690

Les justes valeurs des prêts ont été déterminées par l'actualisation des flux de trésorerie futurs prévus aux termes des mécanismes de prêts actuels, à des taux d'actualisation équivalents au taux d'intérêt pratiqué sur le marché pour des instruments financiers qui présentent essentiellement les mêmes conditions et caractéristiques.

16. Chiffres comparatifs

Certains chiffres comparatifs de 2000 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2001.